مبادئ الترجمة وأساسياتها

دكتورة
إينـاس أبو يوسف
الأستاذ المساعد بقسم الصحافة
كلية الإعلام- جامعة القاهرة

دكتورة
هبـة مسـعـد
مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان
كلية الإعلام- جامعة القاهرة

٢٠٠٥

جميع حقوق الطبع محفوظة للمركز
١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٥م

مداخلات تكنولوچيا التعليم

أ.د/ مصطفى عبد السميع

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ قَالُوا سُبْحَانَكَ لا عِلْمَ لَنَا إِلاَّ مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴾

المحتـويات

كيف تدرس هذا المقرر

عزيزى الدارس :

يعتمد تدريس هذا المقرر على استخدام الكتاب الذى بين يديك ، وبعض المراجع المرتبطة بمحتويات هذا المقرر ، والاستماع إلى التسجيلات الصوتية إن توافرت ، ومشاهدة شرائط الڤيديو المصاحبة للكتاب ، إلى جانب اللقاءات الدورية التى يتم الاتفاق عليها مع أستاذ المادة.

وحتى يكون التعلم أكثر فعالية وإيجابية ، عليك اتباع ما يلى :

- قراءة الأهداف الإجرائية الخاصة بكل وحدة ؛ لمعرفة ما يجب أن تركز عليه وتفهمه وتناقش حوله فى الوحدة المقررة.
- قراءة الموضوع قراءة صامتة ، ووضع علامات مرشدة لما يصعب عليك فهمه؛ لتناقش فيها أستاذ المادة عند لقائه .
- الاستماع إلى الموضوع من التسجيل الصوتى إن توافر، أو مشاهدة شريط الڤيديو الخاص به وتسجيل ما يغمض عليك فهمه والسؤال عنه .
- ربط موضوعات كل وحدة بما سبقها من وحدات، وما يلحقها من وحدات أخرى؛ ليكون المقرر كله متكاملا ونسيجًا متلاحمًا ، مما يسهل الفهم اعتماداً على انتقال أثر التدريب والمعرفة وتراكميتها واستمراريتها.
- اكتب رأيك بوضوح حول كل نقطة فى الموضوع ، وناقش فيها أستاذ المادة عند لقائك به .
- استعن بمكتبة المركز وقاعات المشاهدة ، ومكتبة الجامعة فى القيام بالأنشطة المصاحبة لدراسة المقرر.

لاحظ أن :

- أستاذ المادة ليس خازنًا للمعرفة ، وإنما دوره يتمثل فى تيسير عملية التعلم ، وتوجيهك إلى مصادر العلم والمعرفة .
- لا تجعل من نفسك مستقبِلا سلبيًا ، بل تفاعل بشكل إيجابى مع مصادر التعلم المتنوعة فى هذا المقرر .

- اللقاء مع أستاذ المادة يستهدف الإجابة عن استفساراتك ، وأسئلتك حول ما غمض عليك ، ولم تتمكن من فهمه عند القراءة أو الاستماع أو المشاهدة .

والله الموفق إلى الهدى والرشاد ،،،،،

تكنولوچيا التعليم

مقـدمة

يتناول هذا الكتاب موضوعات فى الترجمة فى مجال الإعلام بشكل عام وبعض الأخبار الصحفية ليتابع مع الدارس بالانتقال من المعرفة العامة فى مجال الإعلام إلى أحد مجالات التخصص والتى اقتصر الكتاب عليها ببعض الأخبار الصحفية وترجمتها.

فيبدأ الكتاب بالوحدة الأولى التى تحاول أن يتناول فيها مع الدارس أساسيات الترجمة ومشكلاتها محاولاً لفت نظر الدارس لبعض المشكلات التى يقع فيها المترجمون فى مجال الترجمة بشكل عام حتى يتجنبها الدارس ويستطيع مع نهاية هذا المقرر الإلمام بأساسيات الترجمة بشكل عام تمهيداً لدخول مستويات أعلى وأكثر تطوراً فى الترجمة المتخصصة فى قطاع أو مجال معين.

وهذا الكتاب إذ يتناول أساسيات الترجمة ومشكلاتها يحاول جاهداً أن يغرس فى نفس الدارس روح النص أو المعنى والمفهوم العام لما يتم ترجمته والابتعاد عن الترجمة الحرفية التى – فى كثير من الأحيان – لا تساعد المترجم فى توصيل المقصود بما يتم ترجمته.

ولتحقيق ذلك يعمل مؤلفا هذا الكتاب عقب تناول أساسيات الترجمة ومشكلاتها بصقلها من خلال قطع مترجمة روعى فى ترجمتها توضيح للدارس كيفية فهم الموضوع أولاً ثم تحويل ما تم فهمه من اللغة الإنجليزية إلى العربية مع مراعاة قواعد وأساسيات اللغتين.

فيقدم الكتاب وحدتين إحداهما عامة فى مجال الإعلام والأخرى متخصصة فى مجال الترجمة الصحفية.

فتتناول الوحدة الثانية موضوعات مترجمة فى مجال الإعلام عمومًا تم مراعاة تنوعها بشكل عام فاشتملت على قطع مترجمة فى مجال الصحافة والإذاعة والتليفزيون وفى مجال العلاقات العامة والإعلان.

وذلك إذ يسهم فى تدريب الدارس على الترجمة الإعلامية بشكل عام، كما يسهم أيضاً فى إثراء الثروة اللغوية لدى الدارس بأكثر المصطلحات شيوعاً فى هذا المجال.

إلى جانب هذه القطع المترجمة تتناول الوحدة الثانية جزءاً ثانياً يقدم نماذج يتدرب الدارس من خلالها على ترجمة قطع أخرى فى مجال الإعلام مع تقديم معانى المصطلحات التى أدرجت فى هذه القطع المطلوب ترجمتها.

ولكى يتم التركيز على ضرورة فهم النص ومراعاة روح المعنى أو المفهوم المقصود من النص، فقد تم حذف عنوان هذه النماذج للتدريب لكى يصل الدارس إلى العنوان بنفسه عقب فهمه للنص فهماً جيداً. ولكى يتأكد من صحة فهمه تم إدراج عناوين هذه النماذج فى آخر هذا الجزء.

وتتضمن الوحدة الثالثة ترجمة فى مجال الأخبار الصحفية وتقديم نماذج للدارس تشتمل على الترجمة الأولية للخبر ثم الترجمة النهائية حتى يتسنى له التفريق بين الترجمة والتحرير النهائى للخبر الذى تحكمه عدة أسس أهمها اللغة، الأسلوب، السياسة التحريرية للخبر الذى يصدر فى هذه الصحيفة إلى جانب هذه الأخبار تم إضافة تدريبات عملية للدارس لكى يتمكن من مهارة الترجمة الصحفية.

وأخيراً تم إضافة بعض المصطلحات الدولية ومختصراتها التى غالباً ما يقابلها المترجم الصحفى والتى يجب أن يكون ملماً بها دارس الإعلام.

المؤلفان

الوحدة الأولى
مبادئ الترجمة وأساسياتها

الأهداف :

بمجرد الانتهاء من دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يعرف معنى الترجمة الإعلامية.

٢- يذكر ماهية المترجم.

٣- يشرح المشكلات اللفظية والتركيبية التى تواجه علم الترجمة.

٤- يذكر النقاط التى يجب مراعاتها فى الترجمة الإعلامية لتجنب مشكلات الترجمة.

٥- يحدد معايير اختيار النص الإعلامى الصالح للنشر.

٦- يشرح خمسة مصادر للترجمة الإعلامية سواء أكانت متعلقة بالشئون الداخلية أم بالشئون الخارجية.

٧- يستعرض الخطوات التى تمر بها عملية الترجمة الإعلامية.

٨- يشرح خطوات إعداد الخبر المترجم.

العناصر :

تتناول الوحدة الأولى أربع نقاط رئيسية على النحو التالى:

أولاً: مبادئ الترجمة وأساسياتها:

حيث تُعد مدخلاً للترجمة الإعلامية، ويتناول هذا الموضوع عدة عناصر هى:

(١) مفهوم الترجمة.

(٢) مفهوم المترجم.

(٣) المشكلات التى تواجة الترجمة سواء أكانت متعلقة بالألفاظ واشتقاقها أم بالتركيب اللغوية:

(٤) النقاط التى يجب مراعاتها عند الترجمة لتلافى هذه المشكلات.

ثانيًا: أسس الترجمة الإعلامية:

فى هذا الموضوع نتناول خمسة معايير يجب مراعاتها لاختيار النص الإعلامى.

ثالثاً: مصادر الترجمة الإعلامية:

وفيها نستعرض خمسة مصادر أساسية للمادة الإعلامية على النحو التالى:

(١) وكالات الأنباء.

(٢) الصحف والمجلات الأجنبية.

(٣) محطات الإذاعة والتليفزيون.

(٤) الأنترنت وشبكات المعلومات.

(٥) مجموعة من المصادر الأخرى.

رابعًا: الخطوات العملية للترجمة:

ونستعرض هنا عنصرين أساسيين هما:

(أ) خطوات عملية ترجمة الأخبار.

(ب) خطوات عملية إعداد الخبر المترجم.

أهم المفاهيم :

تتضمن الوحدة الأولى عدة مفاهيم أساسية وهى:

- مفهوم الترجمة.
- ماهية المترجم.
- مفهوم الوقت والمساحة فى اختيار النص الإعلامى.
- مفهوم وكالة الأنباء والخدمات التى تقدمها.

الوحدة الأولى
مبادئ الترجمة وأساسياتها

أولاً - مبادئ الترجمة ومشكلاتها

الترجمة :

الترجمة فن تطبيقى، وقد استخدم بعض الأساتذة فى مجال الترجمة كلمة فن بالمعنى العام مثل "الأستاذ الدكتور محمد عنانى" والذى قصد به أن الترجمة تمثل الحرفة التى لا يمكن إتقانها إلا بالدربة والمران والممارسة استناداً إلى موهبة. بل ربما للترجمة جوانب جمالية وإبداعية. لذلك لا يمكن للمترجم أن يخرج نصاً مقبولاً مترجماً عن اللغة العربية واللغة الإنجليزية مهما كان حظه من العلم باللغتين إلا بالممارسة الطويلة للترجمة.

ولذلك يأخذنا هذا الحديث إلى الإدراك بأن ليس كل شخص مترجمًا وأنما هو من تتوفر لديه مجموعة من الصفات والخبرات الخاصة والمميزة لشخصه.

من هو المترجم؟

المترجم هو كاتب عمله يتمثل فى صياغة الأفكار فى كلمات موجهة إلى القارئ.

وقد يميز البعض الفرق بينه وبين الكاتب الأصلى لأى نص بأن الأفكار التى يصوغها ليست أفكاره بل أفكار أناس آخرين. ولعل البعض يرى أن نقل أفكار الآخرين أمراً سهلاً لايتعدى مجرد السرد لهذه الأفكار.

وإن كان هناك اتفاق مع رأى البعض الذى يذهب بأن نقل أفكار الغير أصعب من التعبير عن آراء المرء الأصلية. فالكاتب الذى يصوغ أفكاره الخاصة يتمتع بالحرية فى تطويع اللغة لتلاءم هذه الأفكار.

وإذا كان على المترجم أن يجيد فنون الكتابة باللغة التى يكتب بها ، فعليه

أيضاً أن يجيد فهم النصوص التى يترجم فيها ولايكفى فى هذا الاستعانة بالقواميس أو بكتب النحو ولكن علية أيضاً أن يلم بعلوم العصر.

أى أن المترجم لا يحتاج إلى معرفة فنون الصياغة اللغوية بل يحتاج أيضاً إلى الإحاطة بمعلومات كثيرة عن العالم الذى نعيش فيه.

مشكلات الترجمة:

بالرغم من تقدم العلوم والفنون والآدب إلا أن هناك العديد من المشكلات التى تواجه علم الترجمة والتى تنقسم إلى ما يلى:-

أولاً: الألفاظ، والتى تتضمن اشتقاق الألفاظ ومعانيها ودلالاتها واختلاف ذلك من سياق لآخر.

ثانيا: التراكيب، والتى تتضمن بناء الجملة وفن مضاهاة التراكيب فى اللغتين وخصائص الصياغة فى العربية والإنجليزية.

وفيما يلي يتم شرح هذه المشكلات تفصيلياً:-

الألفاظ:

وتتضمن مشكلات الألفاظ بعض الجوانب التى يمكن إجمالها فى النقاط التالية:

١- المجردات العامة: والتى تمثل الاختلاف الثقافى أو الحضارى؛ بمعنى اختلاف دلالات الأشياء من مكان لآخر. مثال ذلك: فى الوطن العربى عنها فى العالم الناطق بالإنجليزية؛ إذ إن المترجم دائماً ما يكون فى حاجة إلى التقريب بين معانى الكلمات وتلك. والمشكلة تتمثل فى أننا نحن الناطقين بالعربية نتعلم جانباً كبيراً من إنجليزيتنا وفرنسيتنا عن طريق الترجمة إلى العربية فنحن نرجع المعانى إلى ما نعرفه.

٢- المجردات الحديثة : ترتبط المجردات الحديثة فى العربية بمجردات حديثة فى معظم لغات العالم. وهذه المجردات الحديثة ليس لها نفس العمق التاريخى الذى يهبها الثراء فى المعنى مثل المجردات العامة التى تستخدم لتدل على مفاهيم عامة وأساسية فى أنماط تفكيرنا مستمدة من تاريخ محدد يرتبط بتطور (أو جمود) فكر محدد.

لذلك أحياناً ما يلجأ المترجمون إلى استخدام كلمات أو تعريبها بحيث يثبت هذا المعنى ولم يعد عليه خلاف.

مثال لذلك كلمة Bureaucracy فكتبها البعض بالعربية "بيروقراطية" وإن كان البعض فضَّل استخدام معنى "الديوانية" وإن كان التعريب فى هذه الحالة هو الذى ساد وانتشر.

٣- المجسدات : تعتبر صعوبة المجسدات صعوبة حضارية أو ثقافية؛ إذ تتمثل مشكلة المجسدات فى "الاتفاق" على أن تكون كلمة ما فى العربية الفصحى (القديمة والمعاصرة) توازى كلمة ما باللغة الأوربية الحديثة.

فكلما كان الترادف دقيقاً بمعنى إشارة الكلمتين فى اللغتين دون لبس أو غموض إلى نفس الشىء المجسد، كان المترجم واثق الخطوة فى الترجمة.

مثال على ذلك كلمة eagle باللغة الإنجليزية والتى تترجم بالعربية طائر "النسر" وهو فى الحقيقة "عقاب" أما النسر فهو Vulture.

فالحقيقة أننا ندرك المعانى الصحيحة إن كانت تقع فى نطاق تجربتنا الشخصية ونكون فى حيرة إذا خرجت عن ذلك.

٤- المختصرات: تمثل المختصرات الأحرف الأولى من اسم مركب أو تعبير ما، والذى عادة ما يورده الكاتب كنوع من الاختزال توفيراً لوقت القارئ أو لتسهيل فهمها على القارئ، وتتراوح المختصرات بين الأسماء المألوفة للدول والمنظمات وبين المختصرات المتخصصة.

مثال .U.S.A (الولايات المتحدة الأمريكية) .U.K (المملكة المتحدة) .U.N (الأمم المتحدة) .A.P (وكالة الأسوشيد برس) ومن المختصرات المتخصصة والتى اصبحنا نسمع عنها مؤخراً DNA أى deoxyribonucleic acid وهو حامض الخلية الحامل للصفات الوراثية.

فإن كان على المترجم أن يترجم هذه المصطلحات من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية، فعلية أن يدرك ما تعنى هذه المصطلحات باللغة الإنجليزية ثم علية أن يعرف ما اتفق عليه المجتمع الدولى للمترجمين والمتمثل فى خبراء الترجمة بالأمم المتحدة ومنظماتها.

والشىء المهام الذى يجب أن نشير إليه هو أن الاختصارات فى معظم الأحيان تستخدم للتسهيل فى توصيل المعنى، ولاسيما عندما يكون الاسم أو المصطلح كاملاً طويلاً نسبياً تحدث صعوبة فى نطقه أو فهم معناه.

التركيب :

وتتمثل مشكلة الترجمة فيما يتعلق بالتراكيب فى نقطتين كما يلي:-

أولاً- التراكيب - بدايات والتى نتناول فيها:

(أ) الحال.

(ب) التفضيل.

(ج) الأفعال مع الأدوات.

ثانيا- التركيب- البناء والتى نتناول فيها:-

١- مقدمة.

٢- المبنى للمجهول.

٣- التحميل والجمل المركبة .

وحول ذلك تفصيلياً ما يلي:-

التركيب- بدايات:

١- الحال: تختلف اللغة الإنجليزية عن العربية فى أنها لغة تركيب معنى محدد ، على حين أن الفصحى المعربة تستخدم علامات الإعراب كوسيلة لتحديد المعنى. وبالتالى القاعدة الأولى التى يجب أن يعرفها المترجم هى تحويل البناء أثناء الترجمة وضرورة عدم الالتزام بالتراكيب النحوية فى إحدى اللغتين عند تحويلها إلى اللغة الآخرى.

مثال: أبسط أنواع التراكيب ما اختص بدلالة شكل اللفظ العربى على معنى ما ، فنحن نستخدم صيغة الظرف أو الحال فى العربية التى لا تختلف عن الاسم فى شىء إلا فى شكلها أى فى نهايتها المعربة فتقول "صباح" morning، فإذا قلنا "صباحاً" كنا نعنى in the morning فالتنوين والفتح هنا حَّول الاسم إلى ظرف على حين اقتضى ذلك إيراد عبارة كاملة بالإنجليزية، اتفق على تسميتها بشبه الجملة.

٢- التفضيل: حيث يوجد أسلوب المفاضلة فى الإنجليزية سواء بالنسبة للصفات أو الأحوال. وعندما يقوم المترجم بترجمة بعض الكلمات والتى لها مرادفها فى العربية، من بين الكلمات العربية التى تقبل صيغة أفضل التفضيل يكون الأمر سهلاً مثل This is easier تكون "هذا أسهل".

أما فى بعض الكلمات التى لا تقبل ذلك يكون الأمر صعبا ووجب على المترجم أن يحل ذلك بذكر (أكثر+ المصدر) مثال لكلمة Brighter وتكون ترجمتها "أكثر لمعانا"

٣- الأفعال مع الأدوات: ويتمثل ذلك فى اقتران الأفعال بحروف أو أدوات تغير من معناها تغييراً يكاد أن يكون كاملاً. وهذه المشكلة إن كانت تشيع فى اللغة الإنجليزية إلا أنها تندر فى اللغة العربية. ومثال لذلك فى العربية الفرق بين النظر إلى والتى تعنى "التطلع" وبين النظر فى والتى تعنى "البحث".

التركيب: بناء الجملة:

١- مقدمة: يعتبر البناء أو نظام الجملة من المشاكل التى تواجه العديد من المهتمين بمجال الترجمة.

إذ لابد أن يضع المترجم نصب أعينه ما تتميز به اللغة العربية من احتفاظها بالسمات النحوية والصرفية للفصحى التراثية مما يفرض على من يكتب باللغة العربية أن يفكر فى أن يعى التراكيب الأساسية لها حتى تخرج نصوصنا فى صورة عربية سليمة.

لذلك يجب على المترجم أن يذكر دائماً هذه التراكيب الأساسية وأن يكون على استعداد لاستخدامها بغض النظر عن بناء الجملة الإنجليزية التى يكون بصدد ترجمتها. فقد يقتضى الأمر فى بعض الأحيان استخدام المبتدأ والخبر وقد يقتضى أحياناً أخرى استخدام الجملة الفعلية.

٢- المبنى للمجهول: لا يستخدم بناء الجملة العربية فى التراث المبنى للمجهول مردفاً بالفاعل. لذلك يجب على المترجم أن يقرأ العبارة الإنجليزية حتى يحولها إلى عبارة مبنية للمعلوم.

٣- التحميل والجمل المركبة: تتكون بعض الجمل من عبارة رئيسية وعبارة ثانوية، ومن البديهى أن تزداد أهمية العبارة الرئيسية على العبارة الثانوية؛ أى أن الأولى تحتوى على المعنى الرئيسي الذى تحويه الجملة.

ولذلك تظل للعبارة الرئيسية مكانتها لا بسبب موقعها فى البناء ولكن بسبب معناها.

وقد تتعاظم المشكلة عندما يواجه المترجم بجملة طويلة، فهنا يواجه المترجم بسؤال عن حقيقة الخبر الذى يريد الكاتب التركيز عليه. لذلك لحل هذه المشكلة لابد من فهم الجملة فهماً جيداً وتحديد المعنى الأساسى الذى يجب أن يبرزه المترجم فى ذلك.

النقاط العامة التى يجب أن يراعيها الدارس لكى يتجنب المشكلات التى سبق الإشارة إليها:-

تبقى بعد ما سبق لنا من حديث أن نؤكد على الدارس فى مادة الترجمة أن يراعى بعض النقاط التى عليه مراعاتها عند قيامه بالترجمة ولاسيما فى المجال الإعلامى الذى يتضمن، إلى جانب الموضوعات الإعلامية التى يشتمل عليها النظام الاتصالى، بعض الموضوعات والأخبار الصحفية التى لابد من مراعاة أسلوب صياغتها إلى جانب ترجمتها لغوياً. ويتمثل ذلك فيما يلي:

* يجب الإلمام الجيد بموضوع النص الذى نحن بصدد ترجمته. فالقواميس وكتب النحو ليست كافية لأن تخرج نصاً مترجماً جيداً وإنما لابد أن يكون المترجم مطلعاً وخبيراً بمجال التخصص الذى يترجم فيه.
* لكى يستطيع الدارس أن يجيد الترجمة الإعلامية والصحفية لابد له من الإلمام بعلوم الإعلام ومصطلحاته وأن يعمل دائًما على الإلمام بمجريات الأمور والأحداث التى تدور فى مجتمعنا والعالم من حولنا حتى يتمكن من صياغة أى خبر إعلامى يقوم بترجمته أو أى نص حول علوم الإعلام وفنونه.
* على المترجم أن يراعى جيداً عند ترجمتة أى مصطلح من اللغة الإنجليزية إلى العربية أن يفهم جيداً معنى هذا المصطلح فى الإنجليزية ثم يلتزم بما اتفق عليه المجتمع سواء محلياً أو دولياً لمرادف هذا المصطلح حتى وإن اختلف ذلك عن الترجمة الحرفية لهذا المصطلح وفق القواميس والمعاجم.

  فذلك يضمن تيسير فهم القارئ لأى نص مترجم.
* لابد من أن يراعى المترجم سلامة بناء الجملة وتركيبها ومراعاة اختلاف ذلك بين اللغتين الإنجليزية والعربية.

ففى هذا الصدد لابد من مراعاة سلامة بناء وتركيب الجملة المترجمة من الإنجليزية إلى العربية حتى وإن اضطر ذلك المترجم إلى تجاهل بعض الحروف والتركيبات الموجودة فى أصل الجملة باللغة الإنجليزية.

أى أن المترجم عليه ضرورة مراعاة توصيل المعنى دون الإخلال بسلامة تركيب وبناء الجملة عند ترجمتها من الإنجليزية إلى العربية والعكس صحيح.

* لابد أن يراعى المترجم فى النص المطلوب ترجمته فهمه فهماً دقيقاً باللغة الإنجليزية وتحديد الجمل والعبارات التى تحمل المعنى أو المفهوم الأساسى المطلوب توصيله من خلال النص وتلك الجمل والعبارات الثانوية أو التى تساعد على توضيح هذا المفهوم أو المعنى. وذلك حتى يمكن ترجمة هذا النص إلى العربية مع مرعاة هذه الأولوية فى الأهمية للجمل والعبارات التى يشتمل عليها النص.

ثانياً- معايير الترجمة الإعلامية :

تمر عملية ترجمة النص الإعلامى أيا كان نوعه ومصدره بعدد من الخطوات التى تأخذ شكل العملية المتكاملة، بدءاً من اختيار المادة التى سيتم ترجمتها، وانتهاءً بتحريرها فى قالب صحفى مناسب، واختيار عناوين مناسبة لها.

ويتوقف اختيار المادة الإعلامية الصالحة للترجمة والنشر على عدة معايير، هى:

(١) معايير مرتبطة بالمادة الإعلامية، وتشمل:

* اتفاق المادة مع السياسة التحريرية للصحيفة أو المجلة وأهمية المادة لقارئ الصحيفة أو المجلة، وكذلك أهميتها بالنسبة للسياسة الخارجية للدولة التى تصدر الصحيفة.

* توفير القيم الإخبارية الأساسية فى المادة الأجنبية، وهى : الجدة أو الحالية، والقرب النفسى والقرب الجغرافى، والضخامة، والإثارة، والاهتمامات الإنسانية، والشهرة.

(٢) معايير مرتبطة بالوسيلة المترجم عنها (المصدر)، وتشمل:

توفر المادة واكتمال عناصرها وزواياها، ودرجة مصداقية الوسيلة المترجم عنها، ومدى الموضوعية التى يتسم بها تناولها للأحداث، وتميز الوسيلة فى تغطية

أنباء المنطقة الواردة منها المادة الإعلامية، بالإضافة إلى تخصيص المصدر فى المادة المترجمة (فى المواد المتخصصة).

(٣) السياسة التحريرية للقسم الخارجى:

والسياسة التحريرية هى القواعد والتعليمات التى يضعها رئيس القسم الخارجى ويلتزم بها المحررون فى اختيار وتحرير المادة الإعلامية. وتشمل هذه السياسة، القواعد المكتوبة، وتوصيات اجتماعات هيئة تحرير القسم الخارجى، وتقارير المتابعة اليومية أو الأسبوعية التى يعدها قسم المتابعة فى الصحيفة أو المجلة، بالإضافة إلى طبيعة شخصية رئيس القسم.

(٤) الاهتمامات الشخصية للمحرر المترجم :

ونعنى بها تفضيل المحرر الترجمة والكتابة عن مناطق أو دول بعينها، أو تفضيل الترجمة والكتابة عن أحداث معينة سياسية أو اقتصادية، وتفضيل الترجمه والكتابة فى المواد الصحفية المتخصصة، بالإضافة إلى تفضيلات القراءة والاستماع والمشاهدة للمترجم المحرر.

(٥) معايير الوقت والمساحة :

ونعنى بها طبيعة دورية الصحيفة يومية أو أسبوعية أو شهرية، وما إذا كانت صحيفة أم مجلة، حيث إن لكل نوع ما يناسبه من أشكال صحفية ومن موضوعات وأخبار، كما تعنى معايير الوقت والمساحة والوقت المخصص لإذاعة الخبر والوقت المسموح به للمحرر بالانتهاء من الترجمة والتحرير، والمساحة المخصصة لنشر الموضوعات المترجمة فى الصحيفة.

ثالثاً- مصادر الترجمة الإعلامية:

تتعدد وتتنوع مصادر الترجمة الإعلامية، وتشمل كل مصادر المادة الإعلامية الأجنبية، سواء المتعلقة بالخارج (الشئون الخارجية) أو بالداخل (الشئون الداخلية). وتتمثل هذه المصادر فى:

١- وكالات الأنباء:

وكالة الأنباء فى أبسط تعريف لها هى شركة تجارية تعمل فى جمع الأخبار وبيعها للصحف والإذاعات. وهى بهذا المعنى مصدر مهم من مصادر الأخبار التى لا تستطيع الصحف بإمكاناتها الذاتية الحصول عليها مباشرة عن طريق محرريها ومراسليها. إذ لا تستطيع صحيفة فى العالم أن تغطى جميع أنحاء العالم بشبكة من المراسلين الدائمين الذين يعملون لحسابها الخاص، ولذلك تلجأ الصحف إلى هذه الوكالات للحصول على الأخبار والتقارير الإعلامية التى يجمعها مراسلو الوكالة وتقوم الوكالة ببثها إلى جميع الصحف ووسائل الإعلام المشتركة فيها.

وتمد وكالات الأنباء الصحف ووسائل الإعلام بأغلب احتياجاتها من المواد الإعلامية التى تقع خارج النطاق الجغرافى للدولة أو المنطقة التى تصدر فيها الوسيلة، وذلك على مدى الأربع و العشرين ساعة، حيث لا تتوقف أجهزة استقبال أخبار الوكالات (أجهزة التيكرز) فى الصحف، وتأتى بالجديد فى كل لحظة، سواء أكان خبراً جديداً أم استكمال معلومات خبر كان قد تم بثه فى نفس اليوم.

ولا تستطيع الصحف التى لديها مراسلون فى بعض مناطق ودول العالم الاستغناء عن خدمات الوكالات لتغطية أخبار وأحداث نفس المنطقة أو الدولة، وتجمع بين ما يرسله المراسل وبين ما يصلها من الوكالات وتستكمل الموضوع من المصدرين. ولعلنا نلاحظ فى كثير من الأخبار الخارجية فى صحيفة الأهرام وضع اسم المراسل ووكالة الأنباء على الخبر، مثل: واشنطن: من عاطف الغمرى ووكالات الأنباء، أو موسكو: من عبد الملك خليل ووكالات الأنباء.

ومن المهم أن يدرك المترجم الذى يقوم بترجمة الأخبار الواردة من وكالات الأنباء، أن من الوكالات ما يتسم بالعالمية International التى تغطى جميع أنحاء العالم، والوكالات الإقليمية Regional التى تغطى إقليم عالمى معين كالشرق الأوسط أو غرب آسيا، والوكالات الوطنية National التى تغطى الدول التى تحمل اسمها. والوكالات العالمية التى تستأثر بأكثر من ٨٠٪ من الأخبار

المتداولة فى العالم، أربع، هى: رويتر Router، ووكالة الأنباء الفرنسية Agency France Press، والأسوشيد برس Associated Press، واليونايتد برس United Press، بالإضافة إلى وكالة تاس Tass السوفيتية التى فقدت جزءاً كبيراً من عالميتها بعد انهيار الاتحاد السوفيتى. أما وكالات الأنباء الإقليمية أو شبه العالمية فتمثلها وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية Middle East News Agency، والوكالات الوطنية هى التى أنشأتها الدول- خاصة فى العالم الثالث- بعد الحصول على الاستقلال للتحكم فى تدفق الأنباء الخارجية من الوكالات العالمية، وتقريباً فهناك لدى كل دولة فى العالم وكالة أنباء خاصة بها. وهناك نوع آخر من وكالات الأنباء تعمل على أساس دينى أو عرقى مثل وكالة الأنباء الإسلامية.

وترد أسماء هذه الوكالات على الأخبار التى تبثها إلى الصحف فى شكل اختصارات معبرة هنا، فوكالة رويتر هى "R" أو "ر" ووكالة الأنباء الفرنسية هى "A.F.P" أو "أ.ف.ب." ووكالة الاسوشيتد برس هى "A.P" أو "أ.ب." واليونايتدب برس هى ".U.P" أو "ى.ب" وهكذا.

ولا تقتصر خدمات وكالات الأنباء على جمع وبث الأخبار وإنما تشمل أيضا بث الصور الصحفية وكذلك المواد الصحفية الآخرى كمقالات كبار الكتاب والتحليلات السياسية والاقتصادية والرياضية والفنية والأحاديث والأعمدة. وتتخصص بعض الوكالات فى بث الصور الصحفية كما تتخصص وكالات أخرى فى بيع أعمدة ومقالات كبار الكتاب للصحف والمجلات.

ورغم أهمية وكالات الأنباء كمصدر لا يمكن الاستغناء عنه للصحف ووسائل الإعلام فى جميع أنحاء العالم، إلا أنه ينبغى الحذر من النقل عنها، خاصة فى مواد الرأى. فقد ثبت أن هذه الوكالات متحيزه بحكم طبيعتها ومواطنها للعالم المتقدم وتركز على تغطية أخبار هذا العالم وتسويق نمط الحياة الغربي. كما تشوه الوكالات فى كثير من الأحيان صورة العالم الثالث من خلال تركيزها على بعض الأحداث الشاذة وتجاهل نقل الموضوعات والأخبار الإيجابية.

٢- الصحف والمجلات الأجنبية :

إلى جانب وكالات الأنباء، تمثل الصحف والمجلات الأجنبية مصدراً مهما من مصادر المادة الإعلامية الخارجية، خاصة المواد الخبرية والمواد غير الخبرية التى تنفرد بعض الصحف بنشرها. فقد تحقق صحيفة من الصحف سبقاً صحفياً عالمياً قبل أن تصل إليه وكالة الأنباء، تبرز هنا الصحف المحلية فى بعض الأحداث والأماكن التى لا يستطيع مراسلو وكالات الأنباء الوصول إليها بسهولة. وكثيرا ما تنفرد الصحف والمجلات بنشر الأحاديث الصحفية المهمة التى تحرص الصحف الآخرى على نقلها، وكذلك الافتتاحيات التى تعبر عن رأى الصحيفة والمجلة عن الرأى الرسمى للدولة التى تحرص الصحف المحلية على ترجمتها من الصحف الأجنبية، خاصة ما يتعلق بالعلوم والاكتشافات العلمية والطبية والمؤتمرات العالمية والمهرجانات الفنية والمناسبات الرياضية.

ومن دواعى الأمانة الصحفية أن ينسب المحرر المادة التى قام بترجمتها إلى مصدرها الأساسى سواء أكان جريدة أم مجلة، فيذكر على سبيل المثال أن المقال مأخوذ من مجلة الإيكونومست... إلخ.

ومن أبرز الصحف والمجلات ذات الطبيعة العالمية والتى يكثر الترجمه عنها فى الصحافة المصرية، صحف واشنطن بوست والنيويورك تايمز، واليو إس إيه توداى، وشيكاغو تربيون، والواشنطن تايمز، وكريستيان ساينس مونيتور، الأمريكية. وصحف الجارديان، والديلى تلجراف، والتايمز البريطانية. ومن المجلات الأجنبية المهمة للمترجم، مجلات التايم، والنيوزويك، والإيكونومست، ويواس نيوز أند وورلد ريبورت الأمريكية. بالأضافة إلى عدد لاحصر له من المجلات المتخصصة فى الفنون والطب والعلوم والرياضة والمرأة... إلخ.

٣- محطات الإذاعة والتليفزيون :

تعد الإذعات والتليفزيونات الأجنبية مصدراً مهما من مصادر المادة الخارجية فى الصحف والمجلات. وبلغ من اهتمام الصحف بهذا المصدر تأسيس أقسام

للاستماع يتولى المحررون العاملون بها متابعة الإذاعات الأجنبية العالمية والوطنية طوال الأربع والعشرين ساعة وتسجيل وترجمة الأخبار والتقارير المهمة التى تذيعها. وتتطلب الترجمة من الإذعات والتليفزيونات مهارات عالية من المترجم وخبرة كبيرة تمكنه من متابعة المادة المذاعة وترجمتها فوريا إذا استدعى الأمر. وتبرز أهمية الإذاعات الأجنبية فى بعض الأحداث التى تقع فى دول العالم الثالث خاصة الدول الأفريقية التى تكثر فيها الانقلابات العسكرية، ولا تذاع أخبارها إلا من خلال الإذاعة الوطنية التى يحرص قائدو الانقلابات على السيطرة عليها كإذاعة بيان الثورة أو الانقلاب.

٤- الإنترنت وشبكات المعلومات:

وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة مصدرا جديدا وغير تقليدى من مصادر المادة الخارجية للصحف، وهو شبكة الإنترنت وشبكات المعلومات العالمية والمحلية. ورغم أن شبكة الإنترنت لا تضيف جديدا إلى الآخبار التى تنقلها وكالات الأنباء، إذ إنها هى نفسها الأخبار التى تبثها الوكالات، إلا أن هذه الشبكات تشمل مصدرا منفردا ومتميزا عن وكالات الأنباء وهى مجموعات الأخبار التى يشكلها الهواة الذين يستخدمون الشبكة ويناقلون فيها أخبارا قد لا تصل إلى وكالات الأنباء.

كما وفرت شبكة الإنترنت الصحف والمجلات الأجنبية الكبرى وجعلتها متاحة للمستخدمين . ويمكن للمحرر المترجم طبع ما يريده منه وترجمته والاستفادة به .أما شبكات المعلومات وبنوك المعلومات فإنها تمد المحرر المترجم بالخلفيات الأساسية عن الأحداث والبلدان التى يكتب عنها . وعلى سبيل المثال فإن خبراً عن وقوع زلزال فى دولة بورما يتطلب من المحرر أن يضيف إليه بعض المعلومات عن هذه الدولة ويمكن أن يحصل عليها فى دقائق معدودة من خلال استخدام شبكات وبنوك المعلومات، بدلا من أن ينفق وقتا طويلا فى البحث عن هذه المعلومات فى الكتب والمصادر التقليدية.

٥- مصادر أخرى مساعدة:

وتشمل هذه المصادر، الكتب والمعاجم ودوائر المعارف التى يمكن أن يستخدمها المحرر فى كتابة خلفيات الأحداث الخارجية، بالإضافة إلى الوثائق والبيانات والنشرات التى يمكن أن يحصل عليها المحرر من سفارات الدول الأجنبية.

رابعاً- الخطوات العملية للترجمة:

خطوات عملية ترجمة الأخبار:

١- قراءة الخبر قراءة أولى بدقة وإمعان، ويتم تحديد الفقرة المركزية فى النص والتى تمثل بؤرة تركيز الخبر.

٢- تحديد الأهمية النسبية لباقى فقرات الخبر، وتحديد دور كل فقرة فى بناء المعنى الكلى للخبر.

٣- ترجمة كل فقرة على حدة فى صياغة أقرب ما تكون إلى النص الأصلى (الوكالات تستخدم الأسلوب التلغرافى).

٤- تتم عملية الترجمة عبر ربط الجمل والفقرات وما يستلزمه من توضيح للمعنى أو ضيق المساحة المخصصة، من تقديم جمل أو تأخيرها أو حتى حذفها ثم تتم عملية إعادة بناء للمعنى الكلى فى صياغة متكاملة.

٥- تتم مقارنة النص المترجم بالنص الأصلى لرصد مدى الالتزام بالدقة فى ترجمته ونقل وقائع الحدث دون مبالغه.

٦- يتم ترجمة عنوان الخبر فى نهاية عملية ترجمة النص وذلك بعد أن يكون المترجم قد تشجع بمحتوى النص ومدلولات الكلمات المختلفة داخله.

عملية إعداد الخبر المترجم:

بعد الترجمة تبدأ عملية تحرير الخبر وإعداده للنشر:

١- أهمية الحدث الذى يتضمنه الخبر وتأثير ذلك على المساحة المخصصة له (هل ينشر الخبر بكل تفاصيله أم قطع بعض الفقرات التى تمثل فقرات ترى الجريدة أنها غير ذات أهمية أو ترجمة كل ما ورد فى وكالات الأنباء المختلفة).

٢- طبيعة الموقع المراد نشر الخبر المترجم به (عمود/ صفحة أولى).

٣- الأسلوب الصحفى للجريدة، والذى ينعكس فى مفردات اللغة التى تستخدمها فى تحرير مختلف الموضوعات بها. فالصحيفة المحافظة قد تستبعد أو تختصر الأخبار المثيرة.

٤- مهارة محرر القسم الخارجى تلعب دورا فى ذلك.

ملخص

تناولت الوحدة الأولى أربعة موضوعات رئيسية كمدخل للترجمة الإعلامية على النحو التالى:

أولاً- مبادئ الترجمة وأساسياتها:

- حيث استعرضت الوحدة مفهوم المترجم وماهيته والمشكلات التى تواجه عملية الترجمة سواء أكانت تتعلق بالألفاظ واشتقاقها أم بالتراكيب اللغوية وبناء الجملة.
- وأخيراً تناولت الوحدة النقاط التى يجب مراعاتها عند الترجمة الإعلامية حتى نتلافى هذه المشكلات سابقة الذكر.

ثانيًا- أسس الترجمة الإعلامية:

- نتناول هنا خمسة معايير أساسية يجب مراعاتها عند اختيار النص الإعلامى وهى:

(١) معايير مرتبطة بالمادة الإعلامية.

(٢) معايير مرتبطة بالوسيلة المترجم عنها.

(٣) السياسة التحريرية للقسم الخارجى.

(٤) معايير الوقت والمساحة.

ثالثًا- مصادر الترجمة الإعلامية:

- فى الموضوع الثالث، نتناول مصادر المادة الإعلامية، ووظيفة كل منها، وتشمل خمسة مصادر على النحو التالى:

(١) وكالات الأنباء.

(٢) الصحف والمجلات الأجنبية.

(٣) الإنترنت وشبكات المعلومات.

(٤) محطات الإذاعة والتليفزيون.

(٥) مصادر أخرى كالكتب والمعاجم.

رابعًا- الخطوات العملية للترجمة:

حيث يستعرض الكتاب الخطوات التى تمر بها عملية الترجمة الإعلامية وعملية إعداد الخبر المترجم.

أسئلة

س١- اكتب مذكرات مختصرة حول:

- وكالات الأنباء.
- ماهية الترجمة.
- معايير الوقت والمساحة.
- مراحل إعداد الخبر المترجم.
- الإنترنت وشبكات المعلومات.

س٢- اشرح الخطوات العملية لترجمة الأخبار مع ذكر أمثلة لكل خطوة.

س٣- اذكر المبادئ التى يجب مراعاتها عند اختيار النص الإعلامى الصالح للنشر.

س٤- قارن بين المشكلات التى تواجه الترجمة الإعلامية من حيث:

(أ) مشكلات الألفاظ واشتقاقها.

(ب) مشكلات التراكيب وبناء الجملة.

الوحدة الثانية

الترجمة الإعلامية لموضوعات ومجالات إعلامية

الأهداف :

بمجرد الانتهاء من دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يكتسب مجموعة من المصطلحات المستخدمة فى المجال الإعلامى الواردة بالقطع.

٢- يترجم الموضوعات الإعلامية دون تقيد بالترجمة الحرفية للكلمات.

العناصر :

تتضمن هذه الوحدة ثلاثة عناصر أساسية:

١- ترجمة عدد من القطع المختارة فى مجال الإعلام بوجه عام فى صورتها النهائية.

٢- وجود عدد من القطع غير المترجمة كتدريبات عامة للدارسين على الترجمة.

٣- قائمة ببعض المفردات التى وردت بالقطع ليكتسبها الدارسون.

أولاً: نماذج تطبيقية

القطعة الأولى

Process of Communication

Communication has been defined as the passing of information, the exchange of ideas, or the process of establishing a commonness or oneness of thoughts between a sender and a receiver. These definitions suggest that for communication to occur, there must be some common thinking between two parties and information must be passed from one person to another (or from one group to another).

The Communication process is often very complex. Success depends on such factors as the nature of the message, the audience's interpretation of it, and the environment in which it is received.

The receiver's perception of the source and the medium used to transmit the message may also affect.

The ability to communicate, as do many other factors. Words, pictures, sounds, and colors may have different meanings to different audiences and peopole's perceptions and interpretations of them vary.

معانى الكلمات:

عملية	process	تتنوع	Vary
معقدة	complex	إدراك	Perception
تبادل	exchange	تفسير	interpretation
تحقيق	establishing	معانى	meanings
وحدة	oneness	عوامل	factors
		القدرة	ability

عملية الاتصال

تم تعريف الاتصال باعتباره توصيل المعلومات وتبادل الآراء أو عملية تحقيق مجال مشترك أو وحدة فى الآراء بين المرسل والمستقبل. لذلك فإن هذه التعريفات تذهب إلى أنه لكى يحدث الاتصال لابد من وجود فكر مشترك بين أطراف عملية الاتصال.

بالإضافة إلى ضرورة توصيل المعلومات من شخص لآخر (أو من مجموعة لآخرى).

وجدير بالذكر، أن عملية الاتصال غالباً ما تكون شديدة التعقيد. بل وأن النجاح في الاتصال يعتمد على بعض العوامل مثل طبيعة الرسالة وتفسير الجمهور لهذه الرسالة بالإضافة إلى البيئة التى تم استقبال هذه الرسالة بها.

كما قد تؤثر أيضاً الصورة التى يدرك بها المستقبل مصدر الرسالة إضافة إلى الوسيلة الاتصالية المستخدمة لتوصيل الرسالة، والقدرة على الاتصال بين المرسل والمسُتقبِل.

وتحمل الكلمات والصور والأصوات والألوان معانٍ مختلفة للأفراد كل بشكل مختلف. كما تتنوع مدركات كل فرد عن الآخر وتفسيراته للرسالة الاتصالية المقدمة له.

القطعة الثانية

Marketing Communication

All Marketing Communication is goal directed. Marketing Communication objectives are to create brand awareness, deliver information, educate the market and advance a positive image for the brand or company. The ultimate goal of the marketing Communication Strategy is to help sell the product to keep the company in business.

Successful marketing requires managing and coordinating marketing messages at every contact point the brand or company has with its target audience. To persuade audiences most effectively, the company must think about all contact points. Successful marketing requires that messages at every contact point work together to persuade consumers.

In general, All marketing communication tries to persuade the target audience to change an attitude or behavior or provide information.

معانى الكلمات:

تسويق	Marketing
سوق	Market
هدف	goal
يوجه	direct
إدراك	awareness
توصيل	deliver
تطور	advance
غائى - نهائى	ultimate
ناجح	Successful
إدارة	managing
ينسق معاً (بادئة معناها مع -co	Coordinating: v. coordinate (co-
نقطة التقاء	contact point
إقناع	persuade
تتطلب	requires

الاتصال التسويقى

تعد كل أنشطة الاتصال التسويقى موجهة لتحقيق هدف معين.

وقد تتمثل أهداف الاتصال التسويقى فى خلق الوعى السلعى وتوصيل المعلومات وتعليم السوق وتطوير صورة ذهنية إيجابية للسلعة أو الشركة.

وقد يتمثل الهدف النهائى لاستراتيجية الاتصال التسويقى فى المساعدة على بيع السلع حتى تظل الشركة المنتجة فى مجال الأعمال.

ويتطلب التسويق الناجح إدارة وتنسيق الرسائل التسويقية فى كل نقطة التقاء للسلعة أو الشركة مع جمهورها المستهدف.

ولكى تتمكن الشركة المنتجة من إقناع جمهورها بشكل أكثر فعالية فإن عليها ضرورة التفكير فى كل نقاط الالتقاء بينها وبين جماهيرها.

لذلك فإن التسويق الناجح يتطلب أن تعمل كافة الرسائل التسويقية معاً فى كل نقطة التقاء لإقناع المستهلكين.

وبشكل عام، تحاول كل أنشطة الاتصال التسويقية إقناع الجمهور المستهدف لتغير اتجاهه أو سلوكة أو تقديم المعلومات.

القطعة الثالثة

Effects of Mass Communication

A major concern of those interested in Mass Communication has been to study the effects of Mass Communication.

The Mass Media have become a major force in society, so it has been noticed that these media produce powerful effects.

One of the effects of mass Communication seems to be to direct our attention to certain problems or issues.

This effect is done through the information these media present. In spite of Information is sometimes thought of as the cure for many problems, there is undoubtedly some truth in that idea.

But if information is thought of as a method of reducing the social inequality gap between the rich and the poor in society, the cure may not work the way it is expected to.

That is why, most researches nowadays indicate that an increased flow of information can lead to the widening of a knowledge gap between the well-off and the not so well-of.

معانى الكلمات:

يعنى به الأغنيـاء - من يمتلك مالاً - علماً - مركزاً ومكانة اجتماعية	well-off
يشير	indicate
انسياب	flow
توسيع	widening
يوسع	widen
فجوة معرفية	knowledge - gap

تأثير الاتصال الجماهيرى

تمثل دراسة تـأثيرات الاتـصال الجماهيرى الاهـتمام الرئيسى للمهتـمين بمجال الاتصال الجماهيرى.

فبحيث أصبحت وسائل الاتصـال الجماهيـرية قوى رئيسـية فى المجتمع لوحظ أن هذه الوسائل تحدث تأثيرات قوية.

فيبدو أحد التأثيرات الذى يحدثها الاتصال الجماهيرى يتمثل فى توجيه انتباهنا لمشاكل أو قضايا معينة.

وبتحقق هذا التأثير من خلال المعلومات التى تقدمها هذه الوسائل.

وبالرغم من أنه لا مجال للشك فى حقيقة فكرة أن المعلومات فى بعض الأحيان هى العلاج للعديد من المشاكل.

إلا أنه إذا تم النظر للمعلومات باعتبارها وسيلة لتقليل فجوة عدم المساواة الاجتماعية بين الأغنياء والفقراء فى المجتمع، فإن هذه المعلومات لن تكون علاجاً فعالاً كما هو متوقع ولعل هذا هو السبب فيما يشير إليه معظم الباحثين فى الأونة الأخيرة بأن الزيادة فى انسياب المعلومات قد تؤدى إلى توسيع هوة الفجوة المعرفية بين من يمتلكون ومن لا يمتلكون.

القطعة الرابعة

Non Verbal Communication

The hardest part of cross - cultural communication that it doesn’t involve words. Non verbal communication, according to one scholar specializes in the field, contains two thirds of the total meaning that is exchanged between two people in an ordinary conversation. He states that this is true for people from the same culture speaking the same language. Some specialists call non verbal communication as an elaborate code that is written no where, known by none and understood by all.

معانى الكلمات:

Non verbal : Non	بادئة معناها تنفى ما بعدها "غير اللفظى"
involve	يتضمن
according to	تغيير يقصد به وَفْقاً لـ
scholar	عالم
specializes	متخصص فى
two third	ثلثى
meaning	المعنى
ordinary	عادية – تقليدية
conversation	محادثة
culture	ثقافة
language	لغة
specialists	متخصصين
call	يطلقوا عليه
code	قانون– ميثاق
elaborate	دقيق– متقن

الاتصال غير اللفظى

يعد أصعب جزء فى الاتصال عبر الثقافات حيث أنه لا يتضمن الكلمات.

فوفقًا لما ذكره أحد العلماء المتخصصين فى هذا المجال أن الاتصال غير اللفظى يحتوى على ثلثى إجمالى المعنى الذى يتم تبادلة بين شخصين فى محادثة عادية.

فيذكر أن ذلك حقيقى بالنسبة للأفراد الذين ينتمون إلى ثقافة واحدة يتحدثون من خلالها نفس اللغة.

ويعتبر بعض المتخصصين الإتصال غير اللفظى ميثاقًا دقيقًا غير مكتوب فى أى مكان ولايعرفه أحد ولكنه مفهوم من الجميع.

القطعة الخامسة
Power of Culture

Inspite that Culture form the context for global communication, but it is modern mass media - newspaper, magazines, radio, television and telephones that link the world.

It does not take more than few minutes with a foreign newspaper or news cast, even if we don't understand the language to realize that national media systems are as varied as the cultures in which they' re found.

Despite the dominance of Anglo-American in all aspects of global communication, mass media reflects a varity of social, political and economic systems.

معانى الكلمات:

culture	ثقافة
form	تشكيل
context	نسق- سياق
link	تصل- تربط
foreign	خارجى
realize	يدرك
varied	تتنوع- تختلف
despite	بالرغم من
aspects	مجالات
global	عالمى - دولى

قوة الثقافة

بالرغم من أن الثقافات هى التى تشكل السياق للإعلام الدولى إلا أن وسائل الإعلام الحديثة مثل الجرائد والمجلات والراديو والتليفزيون والتليفونات هى التى تربط العالم بعضه ببعض.

فالأمر لا يستغرق أكثر من بضع دقائق قليلة من تصفح جريدة أجنبية أو الاستماع إلى نشرة أخبار أجنبية حتى إذا لم تستطع فهم لغة الجريدة أو النشرة لكى ندرك أن نظم وسائل الإعلام القومية تتنوع بقدر تنوع الثقافات التى تتواجد فيها.

وبالرغم من سياق النظام الأنجلو- أمريكى فى كل مجالات الاتصال الدولى فإن وسائل الإعلام تعكس قدراً متنوعًا من النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

القطعة السادسة

Personal versus Nonpersonal Channels

There are a number of basic differences between personal and nonpersonal communications channels. Information received from personal influence channels is generally more persuasive than information received via the mass media. Reasons for the differences are summarized in the following comparison of advertising versus personal selling:

From the stand point of persuasion, a sales message is far more flexible, personal, and powerful than an advertisement. An advertisement is normally prepared by persons having minimal personal contact with customers. The message is designed to appeal to a large number of persons. By contrast, the message in a good sales presentation is not determined in advance. The salesman has a tremendous store of knowledge about his product or service and selects appropriate items as the interview progresses. Thus, the salesman can adapt this to the thinking and needs of the customer or prospect at the time of the sales call. Furthermore, as objections arise and are voiced by the buyer, the salesman can treat the objections in an appropriate manner. This is not possible in advertising.

معانى الكلمات:

versus	مقابل
basic	الرئيسية- الأساسية
channels	قنوات
via	عبر- من خلال
summarized	تتلخص فى
stand point	وجهة نظر- موقف
minimal	حد أدنى
contact	علاقات- اتصالات
to appeal to	يتناسب مع
by contrast	على النقيض
presentation	عرض
in advance	مسبقاً
tremendous	كبير- هائل
store	يخزن
selects	يختار
appropriate	مناسب
items	فقرات
interview	مقابلة
progresses	نمو- تقدم
thus	وبالتالى
adapt	يتكيف
prospect	متوقع
furthermore	أكثر من ذلك
objections	اعتراضات
voiced by	على لسان .. - يذكرها
to treat	يعالج
manner	طريقة- أسلوب

القنوات الشخصية
مقابل القنوات غير الشخصية

هناك العديد من الاختلافات الرئيسية بين قنوات الاتصال غير الشخصى وقنوات الاتصال الشخصى.

فالقنوات التى يتم استقبالها من قنوات التأثير الشخصى تعد - بشكل عام - أكثر إقناعاً من المعلومات التى يتم استقبالها من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية.

ويمكن تلخيص أسباب هذه الاختلافات ضمن المقارنة التالية بين الإعلان مقابل البيع الشخصى.

فمن وجهة النظر الإقناعية، فإن الرسالة البيعية تعد أكثر مرونة وأكثر قوة وشخصية بشكل يفوق الإعلان.

فالإعلان عادة ما يقوم بإعداده أناس لديهم علاقات شخصية قليلة إلى الغاية مع المستهلكين.

ويتم تصميم الرسالة الإعلانية بشكل يتناسب مع عدد من الأشخاص وعلى النقيض، فإن الرسالة التى تقدم من خلال العرض البيعى الجيد لايتم تحديدها بشكل مسبق.

ويكون لدى رجل البيع مخزون هائل من المعرفد حول السلعة أو الخدمة التى يروج لها ويقوم باختيار الفقرات المناسبة على مدار المقابلة.

وبالتالى، فإن رجل البيع يمكن أن يكيف هذة اللقاءات وفق تفكير واحتياجات العملاء أو العملاء المتوقعين وقت الموقف البيعى.

بل وأكثر من ذلك، كلما تزايدت الاعتراضات التى يبديها المشترى فإن رجل البيع يمكن أن يعالج هذه الاعتراضات بشكل مناسب. على حين لا يتوفر ذلك فى الإعلان.

القطعة السابعة

Mass Media & the force of information

As mass media have come to occupy a more central place in political and social processes there has been an increased focus on the news, which is for most people the main means of access to political participation. It is also via the news that governments, parties and interest groups seek to exercise power and influence.

This assumes that news is an informative, credible and effective means of communication television news has been a particular object of research given the fact that a few national television channels often dominate as the channels of public communication. News being presented through Mass Media is considered a distinctive form of informational communication.

News Media are not usually regarded as public educators and the criteria of success or effectiveness applied to the news informational process are usually limited to two matters: The degree of audience attention received, and the degree to which news is understood by its audience.

معانى الكلمات:

occupy	تحتل
central	مركزى
focus	تركيز – مركز
means	هنا مقصود بها وسائل، وقد تعنى فى أحيان أخرى "تعنى"
participation	يشارك V. participate مشاركة
access	طريق – مدخل
via	عن طريق – من خلال
seek	تبحث – تسعى
parties	أحزاب
interest groups	جماعات مصلحية
exercise	ممارسة
influence	تأثير
assumes	افتراض assumption – تفترض
credible	مصداقية credibility – صادق
object	هدف
particular	محدد – خاص
dominate	تسود – تسيطر
channels	قنوات
national	قومى
criteria	مقاييس – المفرد criterion
considered	يعتبر
distinctive	مميز
educators	مفرد educator ، معلمين
limited to	مقصورة على
audience	الجمهور
understood	يفهم past of understand

وسائل الاتصال الجماهيرية وقوة المعلومات

أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تحتل مزيداً من المكانة المركزية فى العمليات السياسية والاجتماعية، وأصبح هناك تركيز أكبر على الأنباء والتى تمثل الوسائل الرئيسية بالنسبة لمعظم الناس للدخول أو الاشتراك فى المشاركة السياسية.

كذلك تسعى الحكومات والأحزاب والجماعات ذات المصالح الخاصة إلى ممارسة قوتها وتأثيرها من خلال الأنباء.

ويذهب ما سبق إلى الافتراض بأن الأنباء تمثل وسائل اتصال معلوماتية، صادقة ومؤثرة.

والجدير بالذكر أن الأنباء التليفزيونية كانت تمثل هدفًا خاصًا بالنسبة للبحوث أخذا فى الاعتبار حقيقة أن قليلاً من قنوات التليفزيون القومية كثيراً ما تمارس سيطرتها باعتبارها قنوات الاتصال العام. لذلك فإن الأنباء باعتبارها تُقدَّم من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية تعد شكلاً مميزاً للاتصال الإعلامى.

فعادة لاينُظر إلى الوسائل الإخبارية باعتبارها مصادر تعليم عامة، بل وأن مقياس النجاح أو الفعالية الذى يطبق على العمليات الإخبارية التى تقدم معلومات غالباً ما يكون مقصوراً وفق موضوعين:

- درجة الانتباه التى يخصصها الجمهور لتلك المعلومات.
- درجة فهم الجمهور لهذه الأنباء أو الأخبار.

القطعة الثامنة

Cultures and Subcultures

All of us are part of a cultural fabric that affects our behavior, including our behavior as consumers.

Culture is the sum of learned beliefs, values, and customs that regulate the behavior of members of a particular society. Through our culture, we are taught how to adjust to the environmental, biological, psychological, and historical parts of our environment.

Beliefs and values are guides for behavior, and customs are acceptable ways of behaving. A belief is an opinion that reflects a person's particular knowledge and assessment of something.

Values are general statement that guide behavior and influence beliefs and attitudes.

A value system helps people choose between alternatives in everyday life.

Customs are overt modes of behavior that contain culturally approved ways of behaving in specific situations. Customs vary among countries, regions, and even families.

معانى الكلمات:

cultural	ثقافى
fabric	نسيج
sum	مجموع
beliefs	معتقدات
values	قيم
customs	تقاليد
members	أعضاء
particular	خاص – معين
society	مجتمع
taught: past of v. teach	تعلم ماضى فعل يتعلم
adjust	يتكيف
environment	بيئة
historical	تاريخى
biological	بيولوچى
psychological	نفسى
guide	يرشد
acceptable: v. accept	يقبل
opinion	رأى
reflect	يعكس
knowledge	معرفة
assessment: v. assess	يقيم، يقدر
statement	عبارة
specific	مخصص – معين
situation	موقف
influence	يؤثر

الثقافات والثقافات الفرعية

نُعد جميعاً جزءاً من النسيج الثقافى الذى يؤثر فى سلوكنا بما فى ذلك سلوكنا كمستهلكين.

وتمثل الثقافة مجموع ما نتعلمه من معتقدات وقيم وتقاليد والتى تنظم سلوك أعضاء مجتمع معين.

فنتعلم من خلال ثقافتنا الكيفية التى يمكن أن نتكيف بها مع الجوانب البيئية والبيولوجية والنفسية والتاريخية المتعلقة بالبيئة التى نعيش فيها.

وترشد المعتقدات والقيم سلوك الفرد كما تمثل التقاليد الأنماط السلوكية المقبولة. ويمثل ما يعتقده الفرد رأياً يعكس المعرفة الخاصة بهذا الفرد وتقديره للأشياء من حوله.

وتعد القيم عبارات عامة ترشد سلوك الفرد وتؤثر فى معتقداته واتجاهاته.

وتساعد منظومة القيم الفرد فى الاختيار فيما بين البدائل التى يواجهها فى حياته اليومية.

وتعتبر التقاليد النماذج العلانية للسلوك التى تتضمن الطرق المقبولة ثقافياً للسلوك فى المواقف الخاصة.

والجدير بالذكر أن التقاليد تتنوع فيما بين الدول والأقاليم بل وحتى فيما بين الأسر والعائلات.

القطعة التاسعة

Order of Presentation

A basic consideration in the design of a persuasive message is the arguments' order of presentation. Shoud the most important message points be placed at the beginning of the message, in the middle, or at the end ?

Research on learning and memory generally indicates that items presented first and last are remembered better than those presented in the middle.

This suggests that a communicator's strongest arguments should be presented early or late in the message but never in the middle.

Presenting the strongest arguments at the beginning of the message assumes a primacy effects is operating, where by information presented first is most effective. Putting the strong points at the end assumes a recency effect, whereby the last arguments presented are most persuasive.

معانى الكلمات:

order	طلب	suggests	تقترح
consideration	اهتمام – اعتبار	strongest	أقوى
argument	جدال	assumes	تفترض
indicates	تشير إلى	primacy	أسبقية
items	فقرات	recency	حداثة – جدة

ترتيب العرض

يمثل ترتيب آراء العرض من الاهتمامات الرئيسية فى تصميم الرسالة الإقناعية.

فهل يتم وضع أكثر نقاط الرسالة أهمية فى بداية الرسالة أم فى وسطها أم فى نهايتها ؟

فتشير البحوث حول التعليم والذاكرة بشكل عام إلى أن النقاط التى يتم ذكرها فى أول الرسالة وفى آخرها يتم تذكرها أكثر من تلك التى تذكر فى وسط الرسالة.

مما يقترح ذلك أن أقوى الآراء يجب أن يتم تقديمها فى البداية أو الإبقاء عليها فى نهاية الرسالة ولكن ليس فى وسطها.

فتقديم أقوى الآراء فى مقدمة الرسالة يفترض تأثيراً سابقًا؛ حيث إن المعلومات التى تقدم فى البداية هى أكثر المعلومات فعالية.

أما وضع أقوى النقاط فى نهاية الرسالة يفترض أن لها تأثيراً حديثًا؛ حيث إن الآراء التى يتم الإبقاء عليها حتى نهاية الرسالة تكون أكثرها إقناعاً.

القطعة العاشرة

At the beginning or At the end

The continuous debate about whether to place the strongest selling points at the beginning or the end of the message depends on several factors. If the target audience is opposed to the communicator's position, presenting story points first can reduce the level of counterarguing. Putting weak arguments first might lead to a high level of counterarguing that strong arguments that followed would not be believed. Strong arguments work best at the beginning of the message if the audience is not interested in the topic, so they can arouse interest in the message.

When the target audience is predisposed toward the communicator's position or is highly interested in the issue or product, strong arguments can be saved for the end of the message. This may result in a more favorable opinion as well as better retention of the information.

The order of presentation can be critical when a long, detailed message with many arguments is being prestented.

معانى الكلمات:

at the beginning	فى البداية
continuous	مستمر
debate	جدال
whether	فيما لو، عما
opposed to	معارض
level	مستوى
counterarguing	المعارضة
weak	ضعيفة
interested	مهتم
arouse	يثير
predisposed	مهيأ مسبقاً
issue	الموضوع
favorable	مؤيد
critical	حساس
detailed	به تفاصيل- مفصل

فى البداية أم فى النهاية

يعتمد الجدل المستمر حول عما إذا كان يجب وضع أقوى النقاط البيعية فى بداية أم فى نهاية الرسالة الاتصالية على العديد من العوامل.

فإذا ما كان الجمهور المستهدف يعارض الموقف الذى يدعو إليه القائم بالاتصال، فإن تقديم النقاط القوية من الرسالة فى البداية يمكن أن يقلل مستوى المعارضة. أما وضع الآراء الضعيفة فى البداية فقد يؤدى إلى زيادة مستوى المعارضة بما لا يمكن تصديق الآراء القوية التى تليها.

وتعد أفضل الظروف التى يصلح فيها وضع الآراء القوية فى بداية الرسالة عندما لا يكون الجمهور المستهدف مهتماً بموضوع الرسالة، حيث تستطيع الآراء القوية أن تثير اهتمامهم بهذه الرسالة الاتصالية.

على حين يمكن الإبقاء على الآراء القوية المؤيدة للرسالة فى نهايتها عندما يكون الجمهور المستهدف مهيأ مسبقاً لهذه الآراء أو مهتماً بدرجة كبيرة بموضوع الرسالة أو السلعة محل الاتصال فيؤدى ذلك إلى مزيد من الآراء المؤيدة وأن يتذكروا المعلومات التى تتضمن عليها الرسالة بشكل أفضل.

وبشكل عام فإن ترتيب العرض يمكن أن يكون حساساً عندما تكون الرسالة الاتصالية المقدمة طويلة ومفصلة وبها العديد من الآراء.

القطعة الحادية عشرة

Source attractiveness

A source characteristics frequently used by advertisers is attractiveness, which encompasses similarity, and likability. Similarity is a supposed resemblance between the source and the receiver of the message, while familiarity refers to knowledge of the source through exposure.

Likability is an affection for the source as a result of physical appearance, behavior, or other personal traits.

Even when these sources are not athletes or movie stars, consumers often admire their physical appearance talents and personality.

Source attractiveness leads to persuasion through a process of identification, whereby the receiver is motivated to seek some type of relationship with the source and thus adopts a similar beliefs, attitudes, preferences or behavior.

معانى الكلمات:

source	مصدر
attractiveness	جاذبية
characteristics	خصائص
frequently	فى أغلب الأوقات - الأكثر شيوعاً
encompasses	يضم
similarity	تشابه
resemblance	تماثل
likability	القبول - الإعجاب
knowledge	معرفة
affection	شعور
exposure	تعرض
physical	بدنى - جسدى
appearance	حضور - ظهور
traits	خاصية - ميزة
athletes	رياضى - قوى الجسم
admire	يحترم - يقدر
talents	قدرات - مواهب
persuasion	إقناع
identification	توحد
whereby	بذلك
to seek	يسعى للوصول إلى - يبحث
thus	وبالتالى
adopts	يتبنى
preferences	تفضيلات

جاذبية المصدر

تعد جاذبية المصدر من أكثر خصائص المصدر شائعة الاستخدام من قبل المعلنين. وتتضمن هذه الخاصية التشابه والقبول.

ويمثل التشابه تماثلاً مفترضاً بين مصدر الرسالة ومستقبلها، على حين أن الألفة تشير إلى المعرفة بالمصدر من خلال التعرض.

ويعد القبول الشعور نحو مصدر الرسالة كنتيجة لمظهره وسلوكه أو أى مواهب وقدرات شخصية لديه.

حتى أنه عندما لا تكون هذه المصادر شخصيات رياضية أو نجومًا سينمائية فإنه غالباً ما يقدرهم المستهلكون ويحترمون مظهرهم ومواهبهم وشخصياتهم، وتؤدى جاذبية المصدر إلى الإقناع من خلال عملية من التوحد التى بمقتضاها يكون لدى المسُتقبِل حافز للبحث عن نوع من العلاقة بالمصدر وبالتالى تبنى معتقدات واتجاهات وتفضيلات أو سلوكيات متشابهة بينهما.

القطعة الثانية عشرة

Source credibility

Credibility is the extent to which the recipient sees the source as having relevant knowledge, skill or experience and trusts the source to give unbiased, objective information.

There are two important dimensions to credibility, expertise and trustworthiness.

A Communicator seen as knowledgeable (someone with expertise) is more persuasive than one with less expertise. But the source also has to be trustworthy as being honest, ethical and believable.

The influence of a knowledgeable source will be lessened if audience members think he or she is biased or has underlying personal motives for advocating a position (as being paid).

معانى الكلمات:

ذو خبرة	expertise	مصداقية	credibility
محل ثقة	trustworthiness	المستقبل	recipient
أخلاقى	ethical	مناسب	relevant
يقلل	lessened	مهارات	skills
الدعوة إلى	advocating	متحيز	biased
مدفوع الثمن	being paid	موضوعى	objective
		أبعاد	dimensions

مصداقية المصدر

تمثل المصداقية إلى أى حد يرى المستقبل أن المصدر لديه معلومات ومهارات أو خبرة مناسبة وإلى أى حد يثق فى المصدر ليقدم له معلومات موضوعية غير متحيزة.

وهناك بعدان مهمان للمصداقية هما الخبرة والثقة.

فالقائم بالاتصال الذى ينظر إليه باعتباره خبيراً (لدية خبرة) يكون أكثر إقناعاً من قائم بالاتصال يتوافر لديه قدر أقل من الخبرة.

إلا أن المصدر يجب أيضاً أن يكون محل ثقة باعتباره أميناً ذا أخلاق طيبة ويمكن تصديق ما يجىء على لسانه.

إلا أن تأثير المصدر الخبير سيقل إذا ما اعتقد الجمهور أنه متحيز أو لديه دوافع شخصية للدعوة إلى موقف معين (مثال أن يكون مدفوعًا له).

القطعة الثالثة عشرة

Appeals and Execution Styles

The advertising appeals refer to the approach used to attract the attention of consumers and to influence their feelings toward the product, service or cause. An advertising appeals can also be viewed as "Something that moves people, speaks to their wants or needs, and satisfy their interest." The creative execution style refers to the way a particular appeals are turned into an advertising message presented to the consumer.

There are hundreds of different appeals can be used as the basis for advertising messages. At the broadest level, these approaches are generally broken into two categories: informational / rational appeals and emotional appeals.

معانى الكلمات:

appeals	استمالات
execution	تنفيذ
style	أسلوب
refers to	يشير إلى
be viewed as	يمكن النظر إليه باعتباره
satisfy	يشبع
particular	مخصص - معين
basis	أساس
broadest	أبعد مدى - أكبر - أوسع

مستوى	level
مداخل	approaches
تنقسم إلى	broken into
منطقى - عقلانى	rational
يستخدم المنطق والأخذ بالدلائل	
عاطفى	emotional

الاستمالات وأساليب التنفيذ

تشير الاستمالات الإعلانية إلى المدخل الذى يتم استخدامه لجذب انتباه المستهلكين للتأثير على مشاعرهم تجاه السلعة أو الخدمة أو الغرض التى تتم الدعوة إليه.

كما يمكن النظر إلى الاستمالات الإعلانية باعتبارها الشىء الذى يمكن أن يحرك الأفراد ويتحدث إلى رغباتهم أو احتياجاتهم ويشبع اهتماماتهم.

كما يشير أسلوب التنفيذ الإبداعى إلى الأسلوب الذى يحول بمقتضاه استمالات معينة إلى رسالة إعلانية تقدم إلى الجماهير.

والجدير بالذكر، أن هناك مئات من الاستمالات المختلفة التى يمكن أن تستخدم كأساس تبنى عليه الرسالة الإعلانية.

فعلى المستوى العام، تنقسم هذه المداخل إلى فئتين يتمثلا فى:

- الاستمالات المنطقية.
- والاستمالات العاطفية.

القطعة الرابعة عشرة

New Environment

We live in a rapidly changing environment. The changes taking place in the media are numerous.

Meanwhile, even with the changes taking plance in the media environment, the effects of mass communication are still a major concern of mass communication researchers and theorists.

Not only can effects due to mass communication be large or small, but there can be a number of different kinds of effects to put it in social science language, there are a number of different dependent variables that can be examined in the quest for possible effects of mass communication.

Some effects (such as the effects of newspaper reading on levels of knowledge about political candidates) are probably intended by communicators. Other effects (such as the effects of television violence on tendency towards aggressive behavior) are probably not intended.

In general, communication researchers are interested in both types of effects - intended and unintended.

معانى الكلمات:

متوقع	expected
من المتوقع	expected - to
علاج	cure
عدم المساوة- عدم وجود عدالة	inequality
يقلل	reduce
بالرغم من	inspite of
اجتماعى	social
شك - جدال	doubt
بادئة معناها - لا	un

البيئة الجديدة

نحن نعيش فى بيئة سريعة التغير.

ولعل التغيرات التى تحدث لوسائل الاتصال الجماهيرية عديدة.

والجدير بالذكر، أنه بالرغم من التغيرات العديدة التى تحدث فى بيئة وسائل الاتصال الجماهيرية، إلا أن تأثيرات الاتصال الجماهيرى لا تزال تمثل الاهتمام الأكبر لكثير من الباحثين والمؤرخين.

بل وأنه لم يعد الشىء المهم فى تأثيرات الاتصال الجماهيري يتمثل فيما إذا كانت هذه التأثيرات كبيرة أو صغيرة إنما أيضاً هناك العديد من أنواع التأثيرات التى يتسبب فيها الاتصال الجماهيرى.

وللحديث عن ذلك بلغة العلوم الاجتماعية، فإن هناك العديد من المتغيرات التابعة التى يمكن ملاحظتها عند السؤال حول التأثيرات المحتملة للاتصال الجماهيرى.

وهناك بعض التأثيرات المقصودة التى يستهدفها القائم بالاتصال مثل (تأثيرات قراءة الجرائد على المستوى المعرفى- حول المرشحين السياسيين). إلا أن هناك بعض التأثيرات الأخرى غير المقصودة مثل (تأثيرات العنف فى التليفزيون على الميل نحو السلوك العدوانى).

وبشكل عام، يهتم باحثو الاتصال بكل من نوعى التأثيرات سواء المقصودة أو تلك غير المقصودة.

القطعة الخامسة عشرة

Barriers to Media Development

The social and psychological barriers to media development are perhaps the most difficult to overcome because the solution often involve a change in the individual's attitude and deep - seated beliefs about very important matters.

The most common of these barriers are illiteracy and ignorance.

Illiteracy which is expressed in the inability to read and write limits the individual's capacity to communicate, but more importantly, it also limits the ability to learn and grow. Lack of enlightenment and knowledge of the world influences attitudes and beliefs, often in a negative manner.

Literacy opens up the world to the individual and drives the desire for more and better communication content.

Enlightened and literate individual is much more likely to make demands for the media that will force him to a higher level of development.

معانى الكلمات:

social	اجتماعى
psychological	نفسى
barriers	حواجز- معوقات
solution	حل
involve	تتضمن
deep - seated	مصطلح مقصود به "راسخ"
matters	قضايا- مسائل- أمور
Illiteracy	عكسها literacy - الأمية
-il-	بادة معناها ينفى ما بعده
capacity	قدرة
to limit	"حدود" limits ، تحد من
enlightenment	التنوير
drives	دوافع
to demand	يطلب
force	قوة
influence	تؤثر

معوقات تنمية الإعلام

ربما تكون المعوقات الاجتماعية والنفسية للتنمية الإعلامية من أكثر المعوقات صعوبة للتغلب عليها ، فقد يرجع السبب فى ذلك إلى أن الحل للتغلب على هذه المعوقات غالباً ما يتضمن إحداث تغير فى اتجاهات الفرد وفى المعتقدات الراسخة بداخله حول مسائل غاية فى الأهمية .

ويعد الجهل والأمية من أكثر الأشكال الشائعة لهذه المعوقات.

فَتَحِدّ الأمية ،والتى يتم التعبير عنها فى شكل عدم القدرة على القراءة والكتابة ، من قدرة الفرد على الاتصال بل وأكثر ما تحده أهمية أيضاً هو قدرة الفرد على التعليم والنمو.

إذ يؤثر نقص التنوير والمعرفة بالعالم المحيط بنا على اتجاهاتنا ومعتقداتنا والذى غالباً ما يكون هذا التأثير سلبياً.

فيفتح التعليم أبواب العالم أمام الفرد ويدفع الرغبة لديه لمضمون اتصالى أكثر وأفضل.

فالفرد المستنير والمتعلم يكون أكثر استعداداً وطلباً للإعلام الذى يدفعه إلى مستوى أعلى من التنمية.

القطعة السادسة عشرة
Public Relations

Public Relations involves working with public opinion.

On the one hand, PR. Professionals attempt to influence public opinion in a way that is positive to the organization. In short, the public relations effort was designed to restore favorable public opionon on the other hand, it is also the function of the PR. department to gather information for top management as it relates to management decisions.

As well, Public relatios is concerned with communication. Most people are interested in what an organization is doing to meet their concerns and interests. It is the function of the public relations professional to explain the orgnaization's actions to various publics involved with the organization. Public Relations communication is two-way communication. The PR professionals also pay close attention to the thoughts and feelings of the organization's publics.

In general, public relations is a management function. It is designed to help a company set its goals and adapt to a

changing environment.؟

معانى الكلمات:

involves	تشمل على- تتضمن
on one hand	فعلى جانب
professional	إخصائى- متخصص
positive	إيجابى
favorable	محابى
restore	الاحتفاظ بـ - إعادة
function	وظيفة
department	إدارة
gather	جمع
feelings	مشاعر
interpret	تفسير
thoughts	أفكار
top management	الإدارة العليا
goals	أهداف
relates to	ترتبط بـ- تتصل بـ
to set	يعد
decisions	قرارات
environment	بيئة
concerns	اهتمامات
interests	مصالح
actions	أفعال
to be interested in	ان يكون مهتماً بـ
meet	مواجهة
adapt	يتكيف
various	عديدة
two way communication	اتصال ذو جانبين

العلاقات العامة

تتضمن العلاقات العامة العمل مع الرأى العام:

فعلى جانب يسعى متخصصو العلاقات العامة إلى محاولة التأثير على الرأى العام بشكل إيجابى لصالح المؤسسة، وباختصار يتم تصميم جهد العلاقات العامة لإعادة الرأى العام المؤيد.

وعلى الجانب الآخر فإن وظيفة إدارة العلاقات العامة أيضاً جمع المعلومات من الجمهور وتفسير هذه المعلومات للإدارة العليا حيث يرتبط ذلك بالقرارات الإدارية.

كذلك تهتم العلاقات العامة بالاتصال:

يهتم معظم الناس فيما تفعله وفيما تقوم به المؤسسة لمواجهة اهتماماتهم ومصالحهم. فإنه من وظيفة متخصص العلاقات العامة شرح أفعال أو تصرفات المؤسسة للجماهير العديدة التى تتعامل معها.

واتصال العلاقات العامة هو اتصال ثنائى الجانب أو ذو جانبين. كذلك يوجه متخصصو العلاقات العامة اهتماماً كبيراً لأفكار ومشاعر جماهير المؤسسة.

وبشكل عام، فإن العلاقات العامة هى وظيفة إدارية بحيث يتم تنظيمها لمساعدة الشركة فى وضع أهدافها والتكيف مع ظروف البيئة المتغيرة.

القطعة السابعة عشرة

Publicity

To many marketers, publicity and public relations are synonymous. Publicity is really a subset of the public relations effort.

But there are several major differences. First, publicity is typically a short-term strategy, while public relations is concerted program extending over a period of time. second, public relations is designed to provide positive information about the firm and is usually controlled by the firm. Publicity on the other hand is not always positive and is not always under the control of, or paid for by the organization.

معانى الكلمات:

publicity	النشر
synonymous	مرادف- مشابه فى المعنى
subset	جزء من
major	رئيسى
typically	نموذجياً- تام
short-term	مدى قصير
strategy	استراتيجية
concerted	متفق عليه
extending	امتد
designed	مصمم
firm	شركة
controlled	محكم
on the other hand	على الجانب الآخر
organization	مؤسسة

النشـر

بالنسبة للعديد من المسوقين، فإن النشر والعلاقات العامة مترادفان.

ففى الحقيقة إن النشر جزء من جهود العلاقات العامة، إلا أن هناك العديد من الاختلافات الكبيرة بين المصطلحين.

أول هذه الاختلافات، أن النشر يعد استراتيجيـة قصيرة المدى على حين أن العلاقات العامة هى برنامج مكثف ممتد عبر وقت طويل من الزمن.

وثانيهما أن جهود العلاقات العامة تصمم بغرض تقديم معلومات إيجابية حول الشركة، وغالباً ما تتحكم الشركة فى هذه الجهود.

وعلى الجانب الآخر لا يكون النشر إيجابيًا فى كل الأحيان أو تحت سيطرة الشركة التى يدور حولها النشر أو تتحمل هذه الشركة تكاليفه.

القطعة الثامنة عشرة

Creativity in Advertising

What is creativity in Advertising ? This is a question that concerns a lot of people who are interested in Advertising.

Sometimes Advertising is called to be "The work of creativity".

Meanwhile Perspectives on what constitutes creativity in advertising differ. At one extreme are those who argue that advertising is creative only if it sells the product. An Advertising message's or campaign's impact on sales counts more than whether it is innovative or wins awards.

At the other end, are those who judge the creativity of an ad. in terms of its artistic value and originality. They contend creative ads. can break through the competitive clutter, grab the consumer's attention and have some impact.

معانى الكلمات:

إبداع	creativity
اهتمامات	concerns
فى أثناء- فى حين	meanwhile
منظور و s جمع	perspectives
يكوِّن	constitutes
على جانب واحد	At one extreme
حملة	campaign
تأثير	impact
يعوض	counts
ابتكارى	innovative
جوائز	awards
يحكم	judge
أصل معناها art فن- فنى	artistic
قيمة	value
إبداعة	originality
يجزم- يؤكد	contend
مصطلح معناه يخترق	break through
خليط	clutter
يخطف	grab

الإبداع فى الإعلان

ما هو الإبداع فى الإعلان؟ يهم هذا التساؤل العديد من المهتمين بالإعلان.

ففى بعض الأحيان يطلق على الإعلان "العمل الإبداعى".

فعلى جانب هناك من يثبت أن الإعلان يكون إبداعيًا فقط عندما يبيع السلعة المعلن عنها.

إذ يكون تأثير الرسالة الإعلانية أو الحملة الإعلانية على المبيعات ملموساً أكثر من مجرد عما إذا كانت هذه الرسالة الإعلانية مبتكرة أو تفوز بجوائز.

وعلى الجانب الآخر هناك من يحكم على الإبداع فى الإعلان من جانب قيمتة الفنية ومدى الإبداع فيه بل ويؤكدوا أن الإعلان الإبداعى يمكن أن يخترق خليط التنافس ويخطف انتباه المستهلكين ويحدث تأثيراً.

القطعة التاسعة عشرة

Public Relation Researches

Researches in the field of public relation research are conducted to do three things:

1. Describe a process, situation or phenomenon.
2. Explain why something is happening, what is causes are, and what effect it will have.
3. Predict what probably will happen if we do or don't take action.

Most research in public relatios is either theoretical or applied. Applied research solves practical problems and it can be either strategic or evaluative. Both strategic and evaluative research are designed to answer specific practical questions.

As for theoretical research, it aids understanding of a public relation process and helps build theories in public relations work about why people communicate, how public opinion is formed and how a public is created.

معانى الكلمات:

إما...... أو	either .... or	مجال	field
نظرى	theoretical	يطبق	conducted
عملى- تطبيقى	applied	وصف	describe
استراتيجى	strategic	موقف	situation
تقييمى	evaluative	ظواهر	phenomena
تساعد	aids	أسباب	causes
خلق	created	التنبؤ	predict
		محتمل	probably

بحوث العلاقات العامة

يتم تطبيق البحوث فى مجال العلاقات العامة لتحقيق ثلاثة أشياء:

١- وصف عملية أو موقف أو ظاهرة.

٢- شرح السبب لحدوث شىء معين، والعوامل والأسباب التى ساعدت عليه والتأثير الذى يمكن أن يحدث.

٣- التنبؤ عما يكون محتملاً أن يحدث إذا قمنا أو لم نقم بعمل شىء ما.

وتعد معظم بحوث العلاقات العامة إما نظرية أو عملية تطبيقية. فالبحث التطبيقى يحل المشاكل العملية وقد يكون إما بحوثًا استراتيجية أو تقييمية.

وتصمم كلا من البحوث الاستراتيجية والتقيمية لتقدم الإجابات عن أسئلة عملية محددة.

أما بالنسبة للبحث النظرى، فهو يساعد على فهم عملية العلاقات العامة ويساعد على بناء النظريات فى عمل العلاقات العامة حول السبب فى قيام الأفراد بالاتصال حول كيفية تشكيل الرأى العام وكيفية خلق وتكوين الجمهور.

القطعة العشرون

The Role of Mass Media

The primary role of mass media is to report what is going on as honestly and as accurately as possible, to inform the public and help them plan their lives effectively. Information about weather, traffic, theater schedules, sports, cultural events, elections and religious services help educate the public Persons who have completed their formal education have no other regular source of information about the world. In addition, mass media try to persuade as well as inform. But they can not easily change deeply rooted.

معانى الكلمات:

inform	إخبار
effectively	بفعالية
weather	الطقس
traffic	المرور
theatre schedules	برامج المسرح
elections	انتخابات
religious services	خدمات دينية
deeply	بعمق
roots	الجذور
stimulate	تحفز
merchandise	البضائع
goods	سلع
turn to	يلجأ إلى
boredom	الضجر
report	اسم (تقرير)، فعل بمعنى إبلاغ
honestly	بأمانة
accurately	بدقة

دور وسائل الإعلام

إن الدور الأوّلى لوسائل الاتصال الجماهيرى هو الإبلاغ عما يحدث بأمانة وواقعية بقدر الإمكان، وإخبار العامة ومساعدتهم على التخطيط لحياتهم بفعالية.

إن المعلومات الخاصة بحالة الطقس وحالة المرور، وبرامج المسرح وكذلك الأحداث الرياضية والثقافية والانتخابات والخدمات الدينية، كلها تسهم فى تربية العامة، فالأفراد الذين أتموا تعليمهم الرسمى ليس لديهم مصدر منتظم آخر للمعلومات حول العالم، ثم إن وسائل الاتصال الجماهيرى بالإضافة إلى ذلك تحاول دائما أن تقنع كما تخبر، لكن هذه الوسائل لا يمكنها بسهولة تغيير الآراء والمعتقدات عميقة الجذور.

القطعة الحادية والعشرون

Functions of the Mass Media

Mass media perform several functions: they inform, educate, persuade, entertain and stimulate the economy. Media also set our agendas and help structure our lives meaning that they schedule what we talk about and what we think about. Media help socialize us. Through them we supplement what we have learned about behavior and values in direct encounters with other people. They teach us norms and values. Most of audiences are much happier with media than they would be without them. We spend money and hours on and with mass media. They will remain our companions.

Moreover, Mass Media today is considered to be the fourth estate in any contry. That is, it doesn't only inform, but form public opinion, change attitudes.

معانى الكلمات:

رفيق	companion
قوى	estate
وظائف	functions
تعلم	educate
يرفه	entertain
يضع - ينظم	to set
ندعم	supplement
مواجهات	encounters
معايير	norms

وظائف وسائل الإعلام

بإيجاز ، إن وسائل الاتصال الجماهيرى تؤدى وظائف عديدة. فهى تخبر، وتربى، وتقنع، وترفه، وتحفز الاقتصاد. الإعلام أيضاً ينظم جدول أعمالنا ويساعدنا على بناء حياتنا بمعنى أنه يجدول ما نتحدث عنه وما نفكر فيه. الإعلام يساعد على أن نكون اجتماعيين. ومن خلال هذه الوسائل الإعلامية ندعم ما تعلمناه عن السلوك وعن القيم من خلال مواجهاتنا المباشرة مع الآخرين، فهى إذن، تعلمنا القيم والمعايير.

إن غالبية الجماهير أكثر سعادة بالإعلام عما إذا خلت حياتهم منها، فنحن ننفق المال والساعات على وسائل الإتصال الجماهيرى، وستبقى هذه الوسائل رفقاء لنا.

بل الأكثر من ذلك، أصبحت وسائل الإعلام اليوم بمثابة القوى الرابعة فى أى دولة. ذلك إن وسائل الإعلام لا تقدم للأفراد فى المجتمع معلومات فحسب بل تشكل الرأى العام وتغير الإتجاهات وتشكل عقول هؤلاء الأفراد.

القطعة الثانية والعشرون

Electronic Media

Although technological achievements had taken place by the end of the nineteenth century, electronic media were not developed as public media until 1920s, when radio was established and television spread rapidly after World War 11. Television, of course, recombines the visual and the aural, the eye and the ear. As a new medium, it again created new orientations to both time and space. Electronic media are extremely time bound, according to the precise and regular scheduling of programs, whereas the reading of a book is totally flexible in terms of time; e.g. one can read a book at any time he wants. Television proved to have an impact on division of work and leisure, and reinforced patterns of family life, gender interests, and subcultural tastes. On the other hand, electronic media consumed huge amounts of programming, continually demanding new cultural production.

معانى الكلمات:

يدعم	reinforce	إنجازات	achievements
تأثير	impact	قرن	century
على الرغم من -على حين	whereas	بسرعة	rapidly
أنماط	patterns	يعيد الربط	recombines
إلكترونية	electronic	دقيق - محدد	precise
النوع - الجنس	gender	جدولة	scheduling
ضخم	huge	برمجة	programming
يستهلك	consume	يتطلب	demand
		ثقافات فرعية	subcultures

وسائل الاتصال الإلكترونية

على الرغم من أن الإنجازات قد حدثت بنهاية القرن التاسع عشر، إلا أن وسائل الاتصال الإلكترونية لم تنتشر جماهيرياً حتى العشرينيات عندما أنشئ الراديو وانتشر التليفزيون بسرعة فى أعقاب الحرب العالمية الثانية. وبطبيعة الحال، فقد أعاد التليفزيون توحيد السمع والبصر وكذلك الأذن والعين وبوصف التليفزيون وسيلة اتصال جديدة، فقد خلق من جديد تكييفات لكل من الزمان والمكان. والحق أن وسائل الاتصال الإلكترونية تربط الوقت بشكل تام وفقاً لجدول برامجها المحدد والمعتاد. إلا أنه على الجانب الآخر تتميز قراءة الفرد لكتاب ما بالمرونة الكاملة فيما يتعلق بالوقت. فعلى سبيل المثال، يمكن أن يقرأ الفرد كتابًا ما فى أى وقت يرغب فى ذلك. وقد أثبت التليفزيون بأنه يقسم بين وقت العمل ووقت الفراغ وأن يكون له تأثير فى تدعيم أنماط الحياة الأسرية وفى تدعيم اهتمامات الجنسين وأذواق الثقافات الفرعية.

وعلى الجانب الآخر، تستهلك وسائل الاتصال الإلكترونية كمًا هائلاً من البرمجة وتتطلب استمرار إنتاج ثقافى جديد.

القطعة الثالثة والعشرون

Dynamics of Persuasion

Message structure and appeals may affect its persuasive impact. Every communicator makes decisions concerning how to structure the message and what appeals to use. This leads to questions such as should the conclusion drawing be explicit or implicit and how arguments should be ordered and should the message include one side or two sides, the opposing and the supporting argument.

Research findings suggest using explicit conclusion to focus attention on important points, for unfamiliar issues and less educated audience. Two-sided messages, meaning presenting the opposition arguments as well as the supporting ones seem to be objective but they may lead the receiver to be cautious. They are better for receivers with high intelligence, or who may confront any opposing ideas in the long run. But one should be very careful in using them because presenting both sides may weaken the message since they can kill each other. The appropriate strategy depends on audience characteristics and the message topic.

معانى الكلمات:

ديناميكيات	dynamics
بناء	structure
استمالات	appeals
تأثير	impact
استخلاص النتيجة	conclusion drawing
صريحة	explicit
ضمنية	implicit
الآراء	arguments
ترتيبها	ordered
المؤيدة	supporting
المعارضة	opposition
موضوعية	objective
حذر - حريص	cautious
ذكاء	intelligence
يواجه	confront
المدى الطويل	long run
المناسب	appropriate
خصائص	characteristics

ديناميكيات الإقناع

قد يؤثر بناء الرسالة ومغرياتها الإقناعية، فكل قائم بالاتصال يتخذ قراره بشأن الكيفية التى ستبنى بها الرسالة وأية استمالات سيقوم باستخدامها. وهذا يقودنا للتساؤل عما إذا كانت الخلاصة ستكون ضمنية أو صريحة، وكيف يمكن

ترتيب الآراء وعما إذا كان ينبغى أن تتضمن الرسالة وجها واحداً أم وجهين والرأى المؤيد والمعارض.

وتقترح نتائج البحوث استخدام الاستنتاج الواضح لتركيز الانتباه على النقاط المهمة، وذلك بالنسبة للقضايا غير المألوفة وللجمهور الأقل تعليما. أما الرسائل ذات الوجهين؛ بمعنى أنها تحمل المفاهيم المعارضة كما تحمل المفاهيم المؤيدة قد تبدو موضوعية ولكنها قد تتطلب بالمستقبل لأن يكون حذرا. ولكنها الأفضل للمستقبلين من ذوى الذكاء العالى أو أولئك الذين قد يواجهون أية أفكار مناهضة على المدى الطويل. ولكن يتوجب على الفرد الحذر التام حيال استخدام هذه الرسائل لأن عرض كلا الوجهين من شأنه إضعاف الرسالة لأن كلا الوجهين قد يقتل الوجه الآخر. فالاستراتيجية الملائمة تعتمد على سمات الجمهور وموضوع الرسالة.

القطعة الرابعة والعشرون

Fear Appeal Usage

As regard to using fear appeal for changing opinions and behaviors, research concludes that fear is an uncomfortable drive state, which can motivate the individual to do something in order to minimize or remove it. Thus a person in fear will be more likely to accept to message's recommendations as a way of reducing fear than a person who is not so aroused. But fear may make the individual avoid the message and become hostile towards the source.

Caution goes along with high or low fear. High fear appeals can be more effective when receivers have low chronic anxiety or when recommendations are specific, clear, and easy to follow. Another decision to be made is whether to use rational or emotional appeals. It is suggested to utilize the latter since they present facts, which are more valid. Meanwhile emotional appeals, despite their short lasting, effect can be effective with less educated audience. They emphasize the desirable consequences of buying the advertised product such as increase in social desirability of self-esteem.

معانى الكلمات:

as regard	بالنظر إلى
uncomfortable	غير مريح
motivate	تدفع
minimize	يقلل
recommendation	مقترحات - توصيات
individual	الفرد
hostile	عدائى
caution	الحذر
anxiety	القلق
rational	عقلى
emotional	عاطفى
short lasting	قصير المدى
chronic	مزمن
whether	عما
emphasize	التأكيد
consequences	نتائج - تداعيات
self-esteem	احترام الذات

استخدام استمالات الخوف

وبالنظر لاستخدام استمالات الخوف من أجل تغيير الآراء والسلوكيات، فقد توصل الباحثون إلى أن الخوف دافع غير مريح، من شأنه أن يحفز الأفراد للقيام بعمل ما من أجل تقليله أو إزالته. ومن هنا يكون الشخص الخائف مستعدا لتقبل توصيات الرسالة كوسيلة لتقليل الخوف أكثر من ذلك الشخص غير المستثار. لكن الخوف قد يدفع الفرد لتجنب الرسالة و من ثم يصبح عدائياً تجاه المصدر.

ويتوجب الحذر مع الخوف سواء أكان كبيراً أم قليلاً، فاستمالات الخوف الكبير قد تكون أكثر فعالية عندما لا يكون لدى المستقبلين قلق مزمن، أو عندما تكون التوصيات محددة وواضحة وسهلة التنفيذ. وهناك قرار آخر يتوجب اتخاذه بشأن ما إذا كنا سنستخدم الاستمالات العاطفية أم العقلانية. ومن المستحسن استخدام تلك الأخيرة لأنها تطرح الحقائق التى هى أكثر جدوى ونفعا، فى نفس الوقت، سنجد أن المغريات العاطفية برغم ضآلة أثرها من الممكن أن تكون فعالة مع الجمهور الأقل تعليماً، فهى تركز على التداعيات المرغوبة لشراء المنتج المعلن عنه، كازدياد الرغبة الاجتماعية لاحترام الذات.

القطعة الخامسة والعشرون

Advertisers

Advertisers seek out target audiences who use or are likely to buy their products. Advertising research seeks to specify the characteristics of the target audience; to identify the basic media units that reach the target audience. most efficiently, and to develop ads. that persuade the target audience to purchase the product being marketed. It is estimated that Western audiences see or hear more than 1500 ads. everyday, and as consumers they have created psychological mechanisms that filter out. those advertising communications. that are of no value to them and have become increasingly aware of products for which they have an immediate need. That is why advertisers must ensure that their ads. reach more of the right people and are better communication than those of the competition.

معانى الكلمات:

يسعى - يبحث	seek out
موسمى	seasonal
عاجل	immediate
بكفاءة	efficiently
استراتيچية	strategy
قوالب	formats
ميزانية	budget
تابع	dependent
فعلى - حقيقى	accurate
منافسة	competition
سيكولوچى - نفسى	psychological
يعبر - يزود - يوجه	lend
توليف	composition
فروق	differences
وحدات	units
مصفاة - يغربل	filter
قيم	valuable
بيع - اتجار	purchase
السكان	demography
مركبات - عربات	vehicles
محتوى	content

هدف	target
مخصص	allocated
واعى - مدرك	aware
أساسى	basic
ماركات - علامات	brands
مصنف	classified
استهلاك	consumption
متطلب - احتياج	demand
كفء	efficient
يعزز - يتأكد من	ensure
مقدر	estimated
تعرض	exposure
عنصر - عامل	factor
جغرافى	geographic
يتعرف على	identify
آليات	mechanisms
بالخصوص - مخصوص	particular
يقنع	persuade
أساسى - جوهرى	potential
أفضلية	preference
انتقالية	selectivity

المعلنون

يبحث المعلنون عن الجمهور المستهدف الذى يستخدم أو هو على وشك أن يستخدم منتجاتهم. بينما تستهدف أبحاث الإعلان تحديد السمات الخاصة بالجمهور المستهدف، والتعرف على وحدات الإعلام الأساسية التى بإمكانها أن تصل إلى الجمهور بكفاءة أفضل. وتطوير الإعلان الذى يقنع الجمهور المستهدف بشراء المنتج المراد تسويقة، وبوصفهم مستهلكين للسلع فقد تمكنوا من خلق آليات نفسية يمكن غربلة الاتصال الإعلانى غير ذى القيمة وفصله عنهم، ومن ثم يكونون دائما على بَيِّنةٍ من المنتجات التى يحتاجونها بشكل عاجل. وهو ما يفسر لماذا يتوجب على المعلنين ضمان أن إعلاناتهم تصل إلى أغلب الجمهور الصحيح وأن وسائلهم الاتصالية أفضل من منافسيهم.

ثانياً: تدريبات عملية

مقدمة:

يتناول هذا الجزء مجموعة من الدراسات التى تعلم الدارس كيفية فهم النص المطلوب ترجمته قبل أن يبدأ فى الترجمة الفعلية.

* لذلك تم مراعاة حذف عنوان القطع التدريبية المطلوب من الدارس ترجمتها حتى يقرأ القطعة إلى نهايتها ليفهم ما هو المقصود من القطعة ككل حتى يتسنى له وضع العنوان المناسب.

* ولكى يتمكن الدارس من التأكد من صحة فهمه لهذه التدريبات تم إدراج عناوين القطع التدريبية فى نهاية هذا الجزء حتى يمكنه الرجوع إليها فى نهاية التدريب.

* وبذلك ندرب الدارس للقيام بالترجمة السليمة التى تعتمد على الفهم الصحيح للنص ودقة الاستيعاب لما يعنيه كاتب النص فى البداية.

التدريب الأول

Mass communication theory is changing - and probably needs to change even more - to keep up with the changes in the media. Among the noticeable changes are the following:

1. There is a greater emphasis on uses of mass communication than there used to be. The important role of audience activity has become even cheerer with the moves to newer forms media.
2. There is a shift to cognitive science or information processing approaches. This involves at least three aspects:
   a. A shift in independent variables from the variables of persuasion (for instance, source credibility) to concepts such as discourse (the nature of language used) and framing (how an event is packaged and presented in the media).
   b. A change in dependent variables from attitudes (pro and con evaluations of an object) to cognitions (knowledge or beliefs about an object).
   c. A shift in emphasis from change as a result of communication (for instance, changes in attitude or behavior) to restructuring (including changes in our schemas or models of an event, or the social construction of reality).

One result of the changes in technology is that it is no longer possible to think of television as a uniform or monolithic system, transmitting essentially the same message to everyone. This realization has consequences for a number of theories of mass communication that assume to some extent a uniform television message, or a uniform media message.

معانى الكلمات:

مصداقية	credibility	نظرية	theory
حديث - خطاب	discourse	غالبا	probably
إطار	frame	متابعة	keep up
تقييمات	evaluations	تأكيد	emphasis
رسمى	uniform	الدور	role
موحد	monolithic	نشاط	activity
إدراك	realization	أشكال	forms
نتائج	consequences	متغيرات	variables
خطة - مشروح	schemas	مستقلة	independent
نموذج	model	تحول	shift
يفترض	assume	حدث	event
إلى حد معين	to some extent	معرفى	cognitive
تعنى مرة أخرى re	restructuring	إقناع	persuasion
بناء	structure	على سبيل المثال	for instance

التدريب الثانى

Theory is the ultimate goal of science. Theories are general statements that summarize our understandings of the way the world works. In the field of mass communication, much of our theory in the past has been implicit. People have relied on folklore. traditional wisdom, and “common sense” to guide much of the practice of mass communication. Sometimes these assumptions are never even stated or written down anywhere. Other times they take the forms or oversimplified aphorisms or maxims. Many of these assumptions would benefit from being tested through research. The result might be that the maxims are confirmed, disconfirmed, or confirmed only partially (with in certain limits). In any of these cases, the media practitioner will have a firmer ground for taking action.

In developing theory, we are often trying to explain something that is difficult to understand, Basically, the goal of theory is to formulate statements or propositions that will have some explanatory power. These theoretical statements can take various forms:

1. An if-then statement. For example: “If a young person watches a great deal of violent television, then he or she will commit aggressive acts”.

   In the study of communication, there are not many propositions that hold so absolutely that they can be

stated an if-then statements. A more common form of statement is the is more likely to statement.

2. An is more likely to statement. For example: "A person who watches violent television is more likely to behave aggressively than a person who watches nonviolent television".

معانى الكلمات:

ultimate	نهائى
goal	هدف
summarize	تلخص
implicit	ضمنى
relied: past of rely	يعتمد

التدريب الثالث

The field of advertising is in a state of transition, primarily because of the large changes taking place in the media environment. Traditional mass media advertising aimed at large anonymous audiences may be a dying communication form.

If people begin to scan information networks with information agents or, as they are sometimes called, (knowledge robots), advertising may have to find a different role for itself.

A shift is already under way from mass media advertising to database marketing, in which potential purchasers are identified through information in databases and then targeted with direct advertising appeals.

Some writers have suggested that marketing in the 21st century will be centered on interactive multimedia, and that advertising departments must find a new mission of transferring information on the information highway.

The new area of integrated Marketing Communications can be seen as a reaction to the changes in the communication field and an attempt to define a field broader than advertising.

معانى الكلمات:

مجال	field
حالة من	state of
مرور – انتقال	transition
مبدئياً	primarily
بيئة	environment
يحتل مكانة	to take place
إنسان آلى	robots

التدريب الرابع

The two major schools of thought concerning the effects of advertising on the economy are the market power school and market competition school. According to the market power school, advertising is a persuasive communication tool used by marketers to distract consumers' attention from the price of the product. In contrast, the market competition shool sees advertising as a source of information that increases consumers' price sensitivity and stimulates competition.

Actually, little is known about the true nature of advertising in the economy. Charles Sandage, an advertising professor, provides a different perspective. He sees the economic role of advertising as "helping society to achieve abundance by informing and persuading members of society with respect to products, services, and ideas". In addition, he argues that advertising assists in the development of judgment on the part of consumers in their purchase practices".

معانى الكلمات:

يثير	stimulates	رئيسى	major
فعلياً – بالفعل	actually	فكر	thought
بالنظر إلى	with respect to	فيما يتعلق	concerning
أفكار	ideas	المنافسة	competition
		يصرف	distract

التدريب الخامس

Advertising also has a number of social roles. It informs us about new and improved products and teaches us how to use these innovations. It helps us compare products and features and make informed consumer decisions. It mirrors fashion and design trends and contributes to our aesthetic sense.

Advertising tends to flourish in societies that enjoy some level of economic abundance, that is, in which supply exceeds demand. It is at this point that advertising moves from being a simple informational service (telling consumers where they can find the product) to being a message designated to create a demand for a particular brand.

The question is: Does advertising follow trends or does it lead them? At what point does advertising cross the line between reflecting social values and creating social values? Critics argue that advertising has repeatedly crossed this line and has evolved into an instrument of social control. Although these concerns are not new, the increasing power of advertising, both in terms of money (we spend more annually educating consumers than we spend educating our children) and in terms of communication dominance (the mass media can no longer survive without advertising support), has made these concerns more prominent than ever.

Can advertising manipulate people? Some critics argue that advertising has the power to dictate how people behave. They believe that, even if an individual cannot control our

behavior, the cumulative effects of nonstop television, radio, print, and outdoor ads. can be overwhelming.

Although certain groups of people, such as young children, the less educated, and the elderly, might be more susceptible to certain kinds of advertising, it is hard to conclude that a particular ad. or series of ads. caused, tricked, or coerced anyone into making a particular buying decision. There is no solid evidence for the manipulative power of advertising because so many other factors contribute to the choices we make. Although advertising does attempt to persuade, most people are aware that advertisers are biased in favor of their own products and learn how to handle persuasive advertising in their daily lives.

معانى الكلمات:

critics	نقاد	handle	يتولى
crossed	تخطى	informs	تُعلِم
evolved	تطور	innovations	مستحدثات
instrument	أداة	mirrors	قصور
dominance	سيطرة – سيادة	design	تصميم
prominent	شهير – بارز	contributes to	يسهم فى
susceptible	حساس	aesthetic	ذوقى – فنى
tricked	يخدع	flourish	ازدهار
coerce	يجبر – يلزم	abundance	وفرة
		designated	عيّن – رشح

التدريب السادس

Public relations is a distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communications understanding, acceptance, and cooperation between an organization and its publics; involves the management of problems of issues; helps management keep informed on and responsive to public opinion; defines and emphasizes the responsibitly of management to serve the public interest; helps management keep abreast of and effectively utilize change, serving as an early warning system to help anticipate trends; and uses research and sound and ethical communication techniques as its principal tools.

In 1980, two definitions about the nature of public Relations were offered as follows:

Public relations helps an organization and its publics adapt mutually to each other.

Public relations is an organization's efforts to win the cooperation of groups of people.

معانى الكلمات:

distinctive	مميز	emphasizes	يؤكد
management	إدارة	abreast of	جنباً إلى جنب
maintain	يحقق	utilize	يستفيد بـ
mutual	متبادل	anticipate	يتوقع
issues	قضايا	adapt	تكيف
responsive to	استجابة لـ		

التدريب السابع

For years, public relations professionals have debated the standards of measuring public relations' effectiveness. In 1997, the Institute for Public Relations Research and Education offered seven guiding principles in setting standards for public relations research.

- Establishing clear program objectives are desired outcomes, tied directly to business goals.
- Differentiating between measuring public relations "outputs" generally short-term and surface (e.g. amount of press coverage received or exposure of a particular message), and measuring public relations "outcomes", usually farther-reaching and carrying greater impact (e.g. changing awareness, attitudes, and even behavior).
- Measuring media content as a first step in the public relations evaluation process, such a measure is limited, in that it can't discern whether a target audience actually saw a message or responded to it.
- Understanding that no one technique can expect to evaluate public relations effectiveness. Rather, this requires a combination to techniques, from media analysis to cyberspace analysis, from focus groups to polls and surveys.
- Being wary of attempts to compare public relations effectiveness with advertising effectiveness.

معانى الكلمات:

debate	مجادلة
standards of	مقاييس
tied	مرتبط بـ
press coverage	تغطية صحفية
establishing	إنشاء
limited	مقصور على
discern	تميز
cyberspace	فضائيات
wary of	يقظ - حذر
polls	استطلاع رأى - استفتاء
require	يتطلب
effectiveness	فعالية
attempts	محاولات
survey	مسح

التدريب الثامن

Television is an audiovisuals medium - that is, it uses both sight and sound - and an effective television commercial fuses the audio and visual elements. One of the strengths of television is its ability to reinforce verbal messages with visuals or visual messages with verbal.

However, television is predominately a visual medium. The Coors campaign uses scenes of people playing warm weather sports such as volleyball and frisbee.

The point of audio-visual fusion is that words and pictures must work together or else commercials will show one thing and say something else. Researchers have found that people have trouble listening and watching at the same time unless the audio and visual message are technical.

Various elements work together to create the visual impact of television commercials. Audiovisuals elements do not stand alone. They must be put into the right setting and surrounded by appropriate props. The right talent must be chosen, and appropriate lighting and pacing are critical, along with other elements.

معانى الكلمات:

audiovisual	سمعى بصرى
sight	الصورة
sound	الصوت
fuses	مزج .v
strength	مظاهر القوة
verbal	لفظى
predominately	المسيطر
Listen	يستمع
unless	فيما عدا
identical	متطابقة
surrounded	تحاط به
setting	مكان - موقف
talent	موهبة
lighting	إضاءة
pacing	سرعة السير
along with	مع

التدريب التاسع

One of the changes the new technologies are bringing about is that the very definition of mass communication is coming into question.

The definition of mass communication used to be fairly clear Mass communication could be defined by three characteristics:

1. It is directed toward relatively large, heterogeneous, and anonymous audiences.

2. Messages are transmitted publicly, often timed to reach most audience members simultaneously, and are transient in character.

3. The communicator tends to be, or to operate within, a comoplex organization that may involve great expense.

One possibility is that the new media, whatever they are, will take their place beside the old media which may not go away. A common pattern in the past has been that new communicaion technologies have not budged out old technologies completely but have caused the old technologies to take on new roles. For instance, television did not eliminate radio but led to new types of radio programming, including talk shows and specialized music formats.

Whatever form mass communication takes, it will contiune to fulfill a vital role in our lives. Mass communication provides the eyes and ears of society. It

provides the means by which society makes up its mind and the collective voice by which society comes to know itself. It is a major source for the transmission of society's values.

معانى الكلمات:

fairly	شبه
heterogeneous	غير متجانس
anonymous	ضخم
transmit	نقل
publicly	علانية للجميع
timed	توقيت
simultaneously	فى آن واحد
transient	شىء عارض - انتقالى
major	أكبر
budged	تأخذها جانباً - تزيح
formats	أشكال
specialized	متخصصة
fulfill	تحقق
vital	حيوى
make up its mind	يأخذ قراراً - يحدد فكرة
transmission	نقل

التدريب العاشر

How do people make sense of the words and images key get in messages? Scientific research on perception and information processing can help us answer this question.

Mass communicators want audiences to pay attention to their messages, learn the contents of the messages, and make appropriate changes in attitudes or beliefs or make desired behavioral responses, Perceptual theory tells us that the process of interpreting messages is complex and that these communicator goals may be difficult to achieve.

Perception has been defined as the process by which we interpret sensory data. Sensory data come to us through out our five senses. Research has identified two types of influences on our perception: structural and functional.

Structural influences on perception come from the physical aspects of the stimuli to which we are being exposed - for instance, the closer together a series of dots, the more they are seen as forming a line. Functional influences are the Psychological factors that influence perception, and therefore, introduce some subjectivity into the process.

Selective perception is the term applied to the tendency for people’s perception to be influenced by wants, needs, attitudes, and other psychological factors. Selective perception plays an important role in communication of any sort, Selective perception means that different people can react to the same message in very different ways. No communicator

can assume that a message will have the intended meaning for all receivers or even that it will have the same meaning for all receivers. This complicates our models of mass communiation. Perhaps mass communication is not just a matter of hitting a target with an arrow, as some models suggest. The message can reach the receiver (hit the target and still fail to accomplish its purpose because it is subject to the interpretation of the receiver.

معانى الكلمات:

accomplish	يحقق
purpose	هدف
to be subject to	أن يكون عرضة لـ
interpretation	تفسير
suggest	يقترح
hitting	إصابة
arrow	سهم
even	حتى
selective	انتقائى
therefore	وبالتالى
tendency	ميل
subjectivity	موضوعية
sensory	الحسية
images	الصور الذهنية

التدريب الحادى عشر

Recently, we've been hearing a term called "Media Development" in which most communication researchers are discussing. In addition, these researchers are so much concerned with what they call barriers to Media Development and say that countries should do something to face these barriers.

Before we should do something to overcome these barriers, we should first know what is meant by "Media Development". To understand well this term it is necessary to define what is meant by each word seperately.

Media can be defined as the means of communication. By this, it includes the technology for sending and receiving messages and the organizations for gathering, processing and transmitting news and information to a mass audience.

Development may be defined as increasing the quantity and improving the quality of the available means or media of communication. Development is an improvement in the availability and diversity of news and other information to meet the needs of the audience.

معانى الكلمات:

مؤخراً	recently
مصطلح	term
وسائل الإعلام	Media
تنمية	Development
باحثين	researchers
v. to discuss – مناقشة	discussion
معوقات	barriers
يواجه	to face
جمع country – أى دول	countries
التغلب	overcome
على حدة – بشكل منفصل	seperately
جمع	gathering
نقل	transmitting
تشغيل	processing
يقصد بها "كبير" – "عريض"	mass
تحسين – تطوير	improve
المتوفر – المتاح	available
تنوع	diversity

التدريب الثانى عشر

Everyone is in favor of freedom of the press. The problem is a back of agreement on what it is and who has it.

Maybe the problem will be less if we can agree on a precise definition to the “Freedom of the Press”.

Freedom of the Press can be defined as it is the right to speak, broadcast or publish without prior restraint by or permission of the government, but with limited legal accountability after publication for violations of law.

Freedom of Press also encompass legal guarantees of:

1- Reasonable access to information about government, businesses and people.

2- a right of reply or correction.

3- a limited right of access to the media.

4- Some special protections for journalists.

معانى الكلمات:

صحافة	press
حرية	freedom
نقص	lack
اتفاق, v. agree	agreement
ربما	Maybe
محدد - دقيق	precise
تعريف	definition
حق	right
سابق - عكسها (post)	prior
منع - تحفظ	restraint
تصريح - إذن	permission
شرعية	legal
تعليل - توضيح السبب v. account	accountability
النشر	publication
الخروج عن - خرق	violation
تعبير يقصد به "خرق القانون"	violation of low
أحاط بـ - حاصر	encompass
ضمانات	guarentees
القدرة على - الحق فى	access to
التصحيح	correction
حصانة - حماية	protection

التدريب الثالث عشر

Perception can be described as "how we see the world around us". Two individuals may be subject to the same stimuli the same apparent conditions, but how each person recognizes them, selects them, organizes them, and interprets them is a highly individual process based on each person's own needs, values, and expectations.

Perception is defined as the *process by which an individual selects, organizes, and interprets stimuli into a meaningful and coherent picture of the world. A* ***stimulus*** is any unit of input to any of the senses. Examples of stimuli (i.e., sensory input) include products, packages, brand names, advertisements, and commercials. **Sensory receptors** are the human organs (i.e., the eyes, ears, nose, mouth, and skin) that receive sensory inputs. Their sensory functions are to see, hear, smell, taste, and feel. All of these funcations are called into play either singly or in combination in the evaluation and use of most consumer products.

The study of perception is largely the study of what we subconsciously add to or subtract from raw sensory inputs to produce our own private picture of the world.

معانى الكلمات :

إدراك	perception
عرضة لـ	subject to
ظاهر - واضح	apparent
الأوضاع - الظروف	conditions
ينظم	recognizes
يختار	select
يفسر	interpret
فردية - خاصة بالفرد	individual
توقعات	expectations
مؤثرات	stimuli
ذات معنى	meaningful
متطابقة	coherent
وحدة	unit
حسية	sensory
مستقبلين	receptors
أعضاء	organs
وظائف	functions
أن تمارس تأثيرها	call into play
بمفردها	singly
بالاشتراك مع	in combination
بلا وعى	subconsciously
مواد خام	raw

التدريب الرابع عشر

A reference group is any person or group that serves as a point of comparison (or reference) for an individual in forming either general or specific values, attitudes, or behavior. From a marketing perspective, reference groups are groups that serve as frames of reference for individuals in their purchase or consumption decisions. The usefulness of this concepts is enhanced by the fact that it places no restrictions on group size or membership, nor does it require that consumers identify with a tangible group (i.e. the group can be symbolic: owners of successful small businesses, leading corporate chief executive officers, rock stars, or golf celebrities).

Reference groups that influence general or broadly defined values or behavior are called normative reference groups. An example of a child's normative reference group is the immediate family, which is likely to play an important role in molding the child's general consumer values and behavior (e.g., which foods to select for good nutrition, appropriate ways to dress for specific occasions, how and where to shop, or what constitutes "good" value).

Reference groups that serve as benchmarks for specific or narrowly defined attitudes or behavior are called comparative reference groups. A comparative reference group might be a neighbouring family whose lifestyle appears to be admirable and worthy.

معانى الكلمات:

reference	مرجعى
comparison	مقارنة
either .... or	إما.... أو
perspective	منظور
usefulness	فائدة
enhanced	يعظم
restrictions	قيود
membership	عضوية
require	تتطلب
tangible	ملموس
symbolic	ذات دلالة - تشير إلى رمز
celebrities	مشاهير
worthy of	يستحق
rock stars	نجوم
broadly	عام
normative	معيارى
modeling	نموذجى
occassions	مناسبات
constitutes	يكون - يشكل
benchmarks	علامات مميزة
narrowly	محدد
neighbour	جار
lifestyle	نمط الحياة
admirable	محل احترام

التدريب الخامس عشر

Since learning theorists do not agree on how learning takes place, it is difficult to come up with a generally acceptable definition of learning. From a marketing perspective, however, consumer learning can be thought of as the process by which individuals acquire the purchase and consumption knowledge and experience that they apply to future related behavior. Several points in this definition are worth noting.

First consumer learning is a process; that is, it continually evolves and changes as a result of newly acquired knowledge (which may be gained from reading, from discussions, from observation, from thinking) or from actual experience. Both newly acquired knowledge and experience serve as feedback to individual and provide the basis for future behavior in similar situations. The definition makes clear that learning results from acquired knowledge and/or experience. This qualification distinguishes learning from instinctive behavior, such as sucking in infants.

The role of experience in learning does not mean that all learning is deliberately sought. Much learning is intentional—that is, it is acquired as the result of a careful search for information. However, a great deal of learning is also incidental, acquired by accident or without much effort.

The term learning encompasses the total range of learning, from simple, almost reflexive responses to the learning of abstract concepts and complex problem solving. Most learning theorists recognize the existence of different types of learning and explain the differences through the use of distinctive models of learning.

Despite their different viewpoints, learning theorists in general agree that in order for learning to occur. certain basic elements must be present. The elements included in most learning theories are motivation cues, response, and reinforcement.

معانى الكلمات:

theorists	المؤرخون	qualification	تميز – تفرق بين
take place	يحدث	instinctive	المؤهلات
to come up	التوصل	infants	غريزى
acceptable	مقبول	deliberately	الأطفال الرضع
aquire	يكتسب	sought	بشكل عمدى
worth noting	تستحق الذكر	intentional	يلجأ إلى
evolves	انتشر – تطور	incidental	مقصود النية
observation	ملاحظة	encompasses	عرضى
feed back	رجع الصدى	complex	أحاط بـ
abstract	مبهم – نظرى	cues	معقدة
distinguishes			

التدريب السادس عشر

Each time we file a new perception in our minds, it's a learning process. Learning is a relatively permanent change in thought process or behavior that occurs as a result of reinforced experience. Like perception, learning work off the mental files and at the same time contributes to them. Learning produces our habits and skills It also contributes to the development of interests, attitudes, beliefs, preferences, prejudices, emotions, and standards of conduct—all of which affect our perceptual screens and our eventual purchase decisions.

Learning and persuasion are closely linked. Persuasion occurs when the change in belief, attitude, or behavioral intention is caused by promotion communication (such as advertising or personal selling). Naturally, advertisers are very interested in persuasion and how it takes place.

معانى الكلمات:

relatively	نسبياً
permanent	دائم
reinforce	يدعم
habits	عادات
development	تنمية
standard	مقاييس
conduct	التنفيذ

التدريب السابع عشر

Brand loyalty is the consumer's conscious or unconscious decision, expressed through intention or behavior, to repurchase a brand continually. It occurs because the consumer perceives that the brand offers the right product features, image, quality, or relationship at the right price.

In the quest for brand loyalty, advertisers have three aims related to habits:

1. Breaking' habits. Get consumers to unlearn an existing purchase habit and try something new. Advertisers frequently offer incentives to lure customers away from old brands or stores. Or they may use comparative advertising to demonstrate their product's superiority.
2. Acquiring habits. Teach consumers to repurchase their brand or repatronize their establishment. To get you started, Columbia House advertises free CDs when you sign up, tied to a contract to purchase more later on.
3. Reinforcing habits. Remind current customers of the value of their original purchase and encourage them to continue purchasing. Many magazines, for example, offer special renewal rates to their regular subscribers.

Developing brand loyalty is much more difficult today due to consumers' increased sophistication and to the legions of habit-breaking, demarketing activities of competitive advertisers. 30 Only recently have advertisers come to realize that their years of habit-breaking activities have undermined their own habit-building objectives. In the quest for instant results, they shifted much of their advertising budgets to sales promotions (deals, coupons, price cuts). But advertising, unlike sales promotion, is an integral part of what makes a brand stable. It's advertising that reinforces brand loyalty and maintains market share.

معانى الكلمات:

تجديد	renewal
نظراً إلى	due to
تضليل - مغالطة	sophistication
طرق	legions
هدم تسويقياً	demarketing
بناء العادة	habit building
متكامل	integral
الولاء	loyalty
سلعة	Brand
شعورى	consious
لا شعورى	unconscious
يتم التعبير عنه	expressed
الخروج عن المعتاد	Breaking habits
فى معظم الأحيان	frequently
حافز	incentive
إغراء	lure
تفوق	superiority
يعضد مرة أخرى	repatronize
منشأهم	establishment

التدريب الثامن عشر

Motivation refers to the underlying forces (or motives) that contribute to our purchasing actions. These motives stem from the conscious or unconscious goal of satisfying our needs and wants. Needs are the basic, often instinctive. human forces that motivate us to do something. Wants are "needs" that we learn during our lifetime.

Motivation cannot be observed directly. When we see people eat, we assume they are hungry, but we may be wrong. People eat for a variety of reasons besides hunger: they want to be sociable, it's time to eat, or maybe they're bored.

People are usually motivated by the benefit of satisfying some combination or needs, which may be conscious or unconscious, functional or psychological. Motivation research offers some insights into the underlying reasons for unexpected consumer behavior. The reasons (motives) some people stop shopping at Lucky Supermarket and switch to Vons may be that the Vons market is closer to home. it has a wider selection of fresh produce, and (most likely) they see other people like themselves shopping at Vons. Any or all of these factors might make a shopper switch even if prices are lower at Lucky.

معانى الكلمات:

تنبع	stem
غريزى	instinctive
مدى الحياة	lifetime
اجتماعى	sociable
وظيفى	functional
يتحول إلى	switch to
un تنفى ما بعدها - غير متوقع	un-expected

التدريب التاسع عشر

Since marketing is typically a company's only source of income, the marketing plan may well be its most important document.

The marketing plan assembles all the pertinent facts about the organization the markets it serves, and its products, services, customers, Competition, and so on. It forces all departments—product development, production, selling, advertising, credit. transportation—to focus on the customer. Finally, it sets goals and objectives for specified periods of time and lays out the precise strategies and tactics to achieve them.

The written marketing plan must reflect the goals of top management and be consistent with the company's mission and capabilities. Depending on its scope, the plan may be long and complex or, in the case of a small firm or a single product line, very brief. Formal marketing plans are typically reviewed and revised clearly, but planning is not a one-time event; it's a continuous process that includes research, formulation. Implementation. evaluation, review, and reformulation.

معانى الكلمات:

حيث	since
وثيقة	document
تتضمن - تشتمل - تعالج	assembles
مطابق - مناسب	pertinent
ائتمان	credit
قدرات	capabilities
مهمة	mission
باختصار	very brief
يراجع .v - مراجعة	review
إعادة نظر - ينقح	revise
تطبيق	implementation
إعادة تشكيل	reformulation

التدريب العشرون

Some consumer behaviorists distinguish between so—called rational motives and emotional (or nonrational) motives. They use the term rationality in the traditional economic sense, which assumes that consumers behave rationally when they carefully consider all alternatives and choose those that give them the greatest utility. In a marketing context, the term rationality implies that consumers elect goals based on totally objective criteria. such as size, weight, price, or miles per gallon. Emotional motives imply the selection of goals according to personal or subjective criteria (e.g., the desire for individuality, pride, fear, affection, status).

The assumption underlying this distinction is that subjective or emotional criteria do not maximize utility or satisfaction. However. it is reasonable to assume that consumers always attempt to select alternatives that in their view serve to maximize satisfaction. Obviously the assessment of satisfaction is a very personal process. based on the individuals own need structure, as well as on past behavioral and social (or learned) experiences. What may appear irrational to an outside observer may be perfectly rational in the context of the consumer’s own psychological field.

معانى الكلمات:

consumer behaviorists	باحثو سلوك المستهلك
so - called	ما يطلق عليه
rationality	المنطقية
traditional	تقليدى
to consider	يأخذ فى الاعتبار
assumption	افتراض
in their view	من وجهة نظرهم
distinction	تمييز
maximize	يعظم - يزيد
satisfaction	إشباع
assessment	تقدير
per	لكل
utility	منفعة
context	سياق
imply	يقتضى
based on	يعتمد على

التدريب الحادى والعشرون

Motivation can be positive or negative in direction. We may feel a driving force toward some object or condition, or a driving force away from some object or condition. For example, a person may be impelled toward a restaurant to fulfill a hunger need and away from motorcycle transportation to fulfill a safety need.

Some psychologists refer to positive drives as needs, wants, or desires, and to negative drives as fears or aversions. However, although positive and negative motivational forces seem to differ dramatically in terms of physical (and sometimes emotional) activity, they are basically similar in that both serve to initiate and sustain human behavior. For this reason, researchers often refer to both kinds of drives or motives as needs, wants, and desires. Some theorists distinguish wants from needs by defining wants as product-specific needs. Thus, to use an earlier example. a person may experience thirst (a need); she may want Lipton's Iced Tea as a means of alleviating her thirst.

معانى الكلمات:

الدافعية	motivation
اتجاه	direction
أشياء	objects
أوضاع	conditions
مضطر	impelled
وسيلة نقل	transportation
يشير إلى	refer to
بالرغم من	although
تطبيقى - تمثيلى	dramatically
يعلمه بشىء أو يطلعه	initiate
يعضد - يدعم	sustain

التدريب الثاني والعشرون

A number of researchers have explored the nature of the goals that individuals set for themselves. In general, they have concluded that individuals who successfully achieve their goals usually set new and higher goals for themselves; that is, they raise their levels of aspiration. This is probably due to the fact that success makes them more confident of their ability to reach higher goals. Conversely, those who do not reach their goals sometimes lower their levels of aspiration. Thus, goal selection is often a function of success and failure. For example. a college senior who is not accepted into medical school may try instead to enter dental school; failing that he may study to be a pharmacist.

The nature and persistence of an individual's behavior are often influenced by expectations of success or failure in reaching certain goals. Those expectations, in turn, are often based on past experience. A person who takes good snapshots with an inexpensive camera may be motivated to buy a more sophisticated camera in the belief that it will enable her to take even better photographs. In this way, she eventually may upgrade her camera by several hundred dollars. On the other hand, a person who has not been able to take good photographs is just as likely to

keep the same camera or even to lose all interest in photography.

These effects of success and failure on goal selection have strategy implications for marketers. Goals should be reasonably attainable. Advertisements should not promise more than the product will deliver. Even a good product will not be repurchased if it fails to live up to expectations. A consumer is likely to regard a disappointing product with even less satisfaction than its objective performance warrants. Advertisers who create unrealistic expectations for their products are likely to cause dissatisfaction among consumers. The frustrations and disappointments that result from consumer dissatisfaction have helped fuel the driving force behind consumerism.

معانى الكلمات:

اكتشف	explored
يضعها	set
استنتج	concluded
يحقق	achieve
يرفع	raise
تطلعات	aspiration
يرجع إلى	due to
صيدلى	pharmacist
ثبات - إصرار	persistence
توقعات	expectations
صورة أو لقطة سريعة	snapshots
فى النهاية	eventually
بالإمكان تحقيقها	attainable
خيبة أمل	disappoint
غير واقعية	unrealistic
إحباط	frustration
النزعة الاستهلاكية	consumerism

التدريب الثالث والعشرون

The study of personality has been approached by theorists in a variety of ways. Some have emphasized the dual influence of heredity and early childhood experiences on personality development; others have stressed broader social and environmental influences and the fact that personalities develop continuously over time. Some theorists prefer to view personality as a unified whole; others focus on specific traits. The wide variation in view-points makes it difficult to arrive at a single definition. However, we propose that personality be defined as those inner psychological characteristics that both determine and reflect how a person responds to his or her environment.

The emphasis in this definition is on inner characteristics—those specific qualities, attributes, traits, factors, and mannerisms that distinguish one individual from other individuals, the deeply ingrained characteristics that we call personality are likely to influence the individual's product choices (and even certain brand choices); they also affect the way the consumer responds to a firm's promotional efforts. and when, where, and how they consume particular products or services. Therefore, the identification of specific personality

characteristics associated with consumer behavior may be highly useful in the development of a firm's market segmentation strategies.

معانى الكلمات:

approached	تناولها
dual	مزدوج
heredity	وراثة
childhood	طفولة
unified	موحد
attributes	ينسب إلى
traits	ميزة - خاصية
mannerism	طبيعة - طباع
ingrained	مغروسة

التدريب الرابع والعشرون

Consumers must constantly make decisions regarding what products or services to buy and where to buy them. Because the outcomes (or consequences) of such decisions are often uncertain, the consumer perceives some degree of "risk" in making a purchase decision. Perceived risk is defined as the uncertainty that consumers face when they cannot foresee the consequences of their purchase decisions. This definition highlights two relevant dimensions of perceived risk: uncertainty and consequences.

The degree of risk that consumers perceive and their own tolerance for risk taking are factors that influence their purchase strategies. It should be stressed that consumers are influenced by risk that they perceive, whether or not such risk actually exists. Risk that is not perceived—no matter how real or how dangerous—will not influence consumer behavior. Furthermore, the amount of money involved in the purchase is not directly related to the amount of risk perceived. Selecting the right mouthwash may present as great a risk to a consumer as selecting a new television set.

معانى الكلمات:

باستمرار - على الدوام	constantly
مخرجات - نتائج	outcomes
نتائج	consequences
مخاطرة	risk
يتنبأ - يتوقع	foresee
يلقى الضوء	highlights
أبعاد	dimensions
تحمل	tolerance
التأكيد	stressed

التدريب الخامس والعشرون

The sender, as the initiator of the communication can be a formal or an informal source. A formal source is likely to represent either a for-profit (commercial) or a not-for-profit organization; an informal source can be a parent or a friend who gives product information or advice. Consumers often rely on informal communications sources in making purchase decisions because, unlike formal sources. the sender apparently has nothing to gain from the receiver's subsequent actions. For that reason informal word-of-mouth communication tends to be highly persuasive. Research shows that consumers prefer personal information sources when they buy services, because they have greater confidence in such sources.

The receiver of formal communications is likely to be a targeted prospect or a customer (e.g., a member of the marketer’s target audience). There are also many intermediary and even unintended audiences for marketing communications. Examples of intermediary audiences are wholesalers, distributors, and retailers, who are sent trade advertising designed to persuade them to order and stock merchandise and relevant professionals (such as architects or physicians) who are sent professional advertising in the hopes that they will

specify or prescribe the marketer's products. Unintended audiences include everyone who is exposed to the message, even though not specifically targeted by the source. These unintended audiences often include publics that are important to the marketer, such as shareholders, creditors, suppliers, employees, bankers, and the local community, in addition to the general public. It is important to remember that no matter how large the audience, it is composed of individual receivers. each of whom interprets the message in his or her own special way.

The medium, or communications channel, can be interpersonal—an informal conversation (face-to-face, by telephone, by mail, between two or more friends, or it can be a formal conversation between a sales person and a customer.

معانى الكلمات:

المرسل	sender
مبدئ	initiator
يمثل	represent
تسعى إلى الربح	for - profit
نصيحة	advice
يعتمد على	rely on
بوضوح	apparently
التالية – الناتجة عن	subsequent
ثقة	confidence
متوقع	prospect
وسيط	intermediary
غير المقصود	unintended
المجتمع	community
تتكون من	composed of

عناوين التدريبات

عنوان التدريب الأول:

Changes in Mass Communication Theory

عنوان التدريب الثانى:

The Role of Theory

عنوان التدريب الثالث:

Changes in Advertising

عنوان التدريب الرابع:

The Economic Role

عنوان التدريب الخامس:

The Societal Role

عنوان التدريب السادس:

Nature of Public Relation

عنوان التدريب السابع:

Principles of Public Relations Research

عنوان التدريب الثامن:

Sight and Sound

عنوان التدريب التاسع:

The Concept of Mass Communication

عنوان التدريب العاشر:

The Role of Perception in Communication

عنوان التدريب الحادى عشر:

Media Development

عنوان التدريب الثانى عشر:

Press Freedom

عنوان التدريب الثالث عشر:

What is Perception?

عنوان التدريب الرابع عشر:

Reference Groups

عنوان التدريب الخامس عشر:

What is Learning?

عنوان التدريب السادس عشر:

Learning and Persuasion:

How Consumers Process Information

عنوان التدريب السابع عشر:

Brand Loyalty

عنوان التدريب الثامن عشر:

The Consumer Motivation Process

عنوان التدريب التاسع عشر:

The Importance of Marketing Planning

عنوان التدريب العشرين:

Rational Versus Emotional Motives

عنوان التدريب الحادى والعشرين:

Positive and Negative Motivation

عنوان التدريب الثانى والعشرين:

Success and Failure Influence Goals

عنوان التدريب الثالث والعشرين:

What is Personality?

عنوان التدريب الرابع والعشرين:

Perceived Risk

عنوان التدريب الخامس والعشرين:

Components of Communication

الوحدة الثالثة
الترجمة الإخبارية

الأهداف :

بمجرد الانتهاء من دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١- يكتسب مجموعة من المصطلحات المستخدمة فى الأخبار الصحفية.

٢- يذكر بعض المصطلحات الدولية واختصاراتها فى المجال الخبرى.

٣- يترجم الموضوعات الإخبارية الصحفية فى صورها النهائية.

العناصر :

تتضمن هذه الوحدة ثلاثة عناصر أساسية:

١- ترجمة بعض الأخبار الصحفية فى صورتيها الأولية والنهائية.

٢- تدريبات عامة للدارسين على ترجمة وتحرير الأخبار.

٣- بعض المصطلحات الدولية واختصاراتها ومعانيها.

أولاً: نماذج تطبيقية

(1)

Turkey Bombings claim two

WASHINGTON:

The United States on Tuesday condemned bombings in Istanbul but said no Americans had been killed or injured in the blasts. One of two groups claiming responsibility for the attacks said two US intelligence agents had been hit.

Two people were killed and 11 wounded in the blasts, which have been claimed by a group linked to the Al Qaeda militant network, the Abu Hafs Al Masri Brigades, and a previously unknown Kurdish group, the Kurdistan Freedom Falcons. The nearly simultaneous strikes hit the Turkish city during peak holiday season, rocking two tourist hotels and a gas complex.

The Abu Hafs group, which claimed responsibility for the March 11 train attacks in Madrid that killed 191 people and the bombings of British and Jewish interests in Istanbul nine months ago. warned of similar strikes in Europe.

In a second statement posted on the website, the group also said it had "succeeded in targeting two elements of the US intelligence in a direct strike."

But the pro-Kurdish MHA news agency in Germany then reported receiving a telephone call claiming the bombings in the name of the Kurdistan Freedom Falcons in retaliation for "recent operations in Kurdistan and the execution of Kurdish guerrillas."

الترجمة الأولية

انفجارات فى تركيا

أدانت الولايات المتحدة الأمريكية يوم الثلاثاء الاعتداءات التى حدثت فى أسطنبول ولم تسفر عن قتل أو جرح أى أمريكى من جراء التفجيرات على الرغم من أن احدى الجماعتين التى ادعت مسئوليتها عن الهجوم صرحت بأن اثنين من رجال المخابرات الأمريكية إصيبا فى هذا الهجوم وأسفر الهجوم عن مقتل اثنين وإصابة احدى عشرة شخصاً، والذى اعلنت جماعتين مسئوليتها عنه الأولى جماعة "لواء أبو حفصى المصرى" المنتمية إلى تنظيم القاعدة واحدى الجماعات الكردية غير المعروفة التى اطلقت على نفسها اسم "صقور الأكراد الحرة". وأصابت التفجيرات التى وقعت فى موسم الاجازات التركية فندقين ومحطة للوقود.

وكانت جماعة أبو حفصى المصرى" التى أعلنت مسئولياتها عن هجوم ١١ مارس على قطار مدريد الذى أسفر عن مقتل ١٩١ شخصاً، وضرب المصالح البريطانية والإسرائيلية فى اسطنبول فى الشهور التسع الماضية، حذرت أوربا من عمليات مماثلة.

وفى بيان ثان لها على موقع بالانترنت أكدت الجماعة انها نجحت فى استهداف اثنين من عناصر المخابرات الأمريكية فى ضربة مباشرة.

وعلى الجانب الآخر فإن وكالة "إم. إتش. أيه" للأنباء الموالية للأكراد فى ألمانيا، ذكرت أنها تلقت مكاملة تليفونية من جماعة "صقور الأكراد الحرة" التى ادعت مسئوليتها عن الهجوم رداً على العمليات الحالية فى كردستان ونفى رجال العصابات الأكراد ذلك.

الترجمة النهائية

أمريكا تنفى قتل أو إصابة أمريكيين فى تفجيرات تركيا

نفت الخارجية الأمريكية ما أذاعه أحد مواقع الإنترنت عن مقتل أمريكيين فى انفجار اسطنبول الذى وقع مؤخراً. وقد أدانت الخارجية الأمريكية التفجيرات التى حدثت يوم الثلاثاء الماضى وأكدت أنه لم يصب أى أمريكى فى هذه التفجيرات.. وكانت جماعة أبو حفص المصرى التى تبنت الهجوم قد استهدف فندقين ومحطة للوقود وأسفر عن مقتل اثنين وإصابة أحد عشر شخصاً ، وقد أكدت فى موقعها على الإنترنت أن بين القتلى اثنين من عناصر الاستخبارات الأمريكية. وتنتمى جماعة أبو حفص المصرى إلى تنظيم القاعدة وكانت قد اعترفت بتدبير الهجوم على قطار مدريد فى ١١ مارس الماضى والذى أسفر عن مقتل ١٩١ شخصاً وتعطيل المصالح البريطانية والإسرائيلية فى اسطنبول خلال الشهور التسع الماضية حيث حذرت أوروبا من عمليات مماثلة.

ومن جانب آخر أكدت جماعة "صقور الأكراد الحرة" مسئوليتها عن ذات الهجوم وأبلغ أحد المتحدثين باسم الجماعة فى اتصال هاتفى وكالة إم. إتش أيه. للأنباء الموالية للأكراد فى ألمانيا أن التفجيرات جاءت رداً على العمليات الحالية التى تقوم بها تركيا فى كردستان.. ولكن رجال العصابات الأكراد استبعدوا قيام منظمة كردية بهذه التفجيرات.

(2)

Security Team to go to Gaza

By Gamal Shahen and Ola Galal

Middle. East Times.

CAIRO - An Egyptian security team will go to the Gaza Strip in late October to help prepare for the pullout of Israeli forces from Gaza, a top-level source at the Egyptian foreign affairs ministry told the Middle East Times.

The agreement was made between Egyptian intelligence chief Omar Suleiman and head of Israel's defense minister's political security branch, Amos Gilad, in Jerusalem last week, the source said.

The security advisors will train Palestinian police officers in civil police tasks to help reinstate law and order in the Gaza Strip.

The agreement was conditional on Israel halting all military activities in Gaza with the arrival of the Egyptian advisors, the source said. Egypt has also demanded that Israeli forces halt arrests of Palestinians and not interfere with the work of the Palestinian police force. Israel will also be expected to eventually remove all settlers and occupation soldiers from Gaza.

الترجمة الأولية

فريق أمنى فى طريقه إلى غزة

صرح مصدر رفيع المستوى فى وزارة الشئون الخارجية المصرية بأن فريق أمنى مصرى سيسافر إلى قطاع غزة فى أواخر شهر أكتوبر القادم للمساعدة فى الترتيبات الخاصة بإنسحاب القوات الاسرائيلية.

وأضاف المصدر أن هناك اتفاق تم التوصل إليه بين عمر سليمان رئيس جهاز المخابرات المصرية و"أموس جيلاد" رئيس جهاز الأمن السياسى بوزارة الدفاع الإسرائيلى فى القدس فى الأسبوع الماضى.

ويقوم خبراء الأمن بتدريب ضباط الأمن الفلسطينى على مهام الشرطة – المدنية للمساعدة على أستعادة النظام والقانون فى قطاع غزة.

وأكد المصدر أن مصر اشترطت أن تقوم إسرائيل بوقف جميع نشاطاتها العسكرية مع وصول فريق المستشارين المصريين وان توقف إسرائيل جميع عمليات اعتقالها للفلسطينيين ولا تتدخل فى شئون قوات الشرطة الفلسطينية. كما أنه من المتوقع أن تقوم إسرائيل – كخطوة تالية – بإخلاء جميع المستوطنين وجنود الاحتلال من غزة.

الترجمة النهائية

فريق أمنى مصرى يرتب الأوضاع فى غزة

يسافر فريق أمنى مصرى إلى قطاع غزة فى أواخر أكتوبر القادم للمساعدة فى الترتيبات الخاصة بانسحاب القوات الإسرائيلية من القطاع ، وصرح مصدر رفيع المستوى فى وزارة الخارجية المصرية قائلاً إن اتفاقاً قد تم بين السيد عمر سليمان رئيس المخابرات المصرية واموس جيلاد رئيس جهاز الأمن السياسى الإسرائيلى يقضى بقيام خبراء الأمن المصريين بتدريب ضباط الأمن الفلسطينى على مهام الشرطة المدنية للمساعدة فى استعادة النظام والقانون فى قطاع غزة.

وقد اشترطت مصر أن توقف إسرائيل كل أنشطتها العسكرية مع وصول المستشارين المصريين وأن تتوقف عن اعتقالها للفلسطينيين ولا تتدخل إسرائيل فى شئون قوات الشرطة الفلسطينية.. ويتوقع أن تقوم إسرائيل بعد استقرار الأمن فى غزة بإخلاء جميع المستوطنين وجنود الاحتلال منها.

(3)

Stolen explosives cause terror fears

Cairo:

The daily Al Ahali newspaper has reported that a ton of explosives stolen from the warehouses of a foreign oil company might be used in terrorist attacks.

The newspaper, mouthpiece of the opposition leftist Tajamoa Party, on August 4 quoted a security source as saying 1,062 pieces of explosives, which could be detonated by remote control, disappeared from the stores of the petroleum company in the coastal city of Marsa Matrouh, northeast of Cairo.

But police sources say they think the thieves might sell the explosives to fishermen who illegally use them to kill fish on a large scale.

(AFP)

الترجمة الأولية

سرقة بعض المتفجرات تتسبب فى إثارة الرعب

ذكرت جريدة الأهالى المصرية فى تقريرها اليوم أن سرقة عدد من المتفجرات من مخازن إحدى شركات البترول الأجنبية قد يكون ورائه التخطيط للقيام بعمليات ارهابية.

ونشرت الجريدة - التى تصدر عن حزب التجمع اليسارى - فى الرابع من أغسطس تصريحات لاحد المسئولين الأمنية عن اختفاء ١٠٦٢ قطعة من المتفجرات والتى يمكن تشغيلها بطريق التحكم عن بعد - بالريموت كنترول - من مخازن احدى شركات البترول فى محافظة مرسى مطروح.

وعلى الجانب الآخر صرح أحد مصادر الشرطة أن اللصوص قد يبيعون هذه المتفجرات للصيادين الذين يستخدمون أساليب غير مشروعة لقتل السمك على مستوى واسع.

الترجمة النهائية

سرقوا المتفجرات من شركة البترول

اختفت ١٠٦٢ قطعة من المتفجرات التى يمكن تفجيرها عن بعد بواسطة الريموت كنترول من مخازن إحدى شركات البترول الأجنبية فى محافظة مرسى مطروح.

وقد حذرت صحيفة "الأهالى" التى تصدر عن حزب التجمع اليسارى المعارض من استخدام هذه المتفجرات فى عمليات إرهابية، ولكن أحد مصادر الشرطة أكد أن اللصوص قد يبيعون هذه المتفجرات للصيادين الذين يستخدمون أساليب غير مشروعة لقتل السمك على نطاق واسع.

(4)

NCHR welcomes Hamza’s release on bail

THE National Council for Human Rights (NCHR) welcomed Professor Mamdouh Hamza's release on bail yesterday.

The Egyptian architect, 57, was arrested in London on July 12 shortly after arriving in Britain - a day before he was due to attend one of Queen Elizabeth's summer garden parties.

He was charged with conspiring to murder four people.

NCHR Vice-chairman Dr. Ahmed Kamal Abul Magd said the decision to release Hamza will give him the opportunity to meet with his defense legal team.

"Although this was good news, we in Egypt remain surprised at the mystery surrounding the charge against Dr. Hamza", Abul Magd told the Middle East News Agency (MENA).

Abul Magd expressed his hope that bailing Hamza would be influential in the case.

"Professor Hamza was released on bail today but must appear at the Old Bailey Court on September 1," a Metropolitan Police spokeswoman told reporters on Friday night.

Hamza's company, Hamza Associates, has undertaken high-profile public projects, such as the construction of the new Alexandria Library.

الترجمة الأولية

المجلس القومى لحقوق الإنسان

يرحب بقرار الإفراج عن حمزة بكفالة

رحب المجلس القومى لحقوق الانسان بمصر بقرار الافراج عن أ.د. ممدوح حمزة بكفالة أمس.

وكان المهندس المصرى - البالغ من العمر ٥٧ عاماً - أعتقل فى لندن فى ١٢ يوليو الماضى بعد وصوله لحضور احدى الحفلات الصيفية للملكة اليزابث.

ووجه إليه اتهام التآمر لقتل أربعة أشخاص.

وصرح د. أحمد كمال أبو المجد نائب رئيس المجلس القومى لحقوق الانسان أن قرار الافراج عن د. حمزة سيعطى له الفرصة لمقابلة هيئة الدفاع عنه. واضاف أبو المجد لوكالة أنباء الشرق الأوسط "على الرغم من أننا فى مصر سعداء لخبر الافراج عن د. حمزة، إلا أن الغموض مازال يحيط بالاتهامات الموجهة ضده". واعرب د. أبو المجد عن أمله فى أن الافراج بكفالة عن حمزة يكون له تأثير إيجابى عن القضية.

ومن جانب آخر صرح المتحدث الرسمى باسم البوليس أن على الرغم من أن د. حمزة أفرج عنه اليوم، إلا أنه يجب أن يمتثل أمام محكمة "أولدبالى" فى الأول من سبتمبر المقبل.

وتعد شركة د. حمزة من أكبر شركات الانشاءات فى مصر التى تعمل فى المشروعات الضخمة مثل تنفيذ مكتبة الاسكندرية الجديدة.

الترجمة النهائية

مجلس حقوق الانسان يرحب بالإفراج عن حمزة

رحب د. أحمد كمال أبو المجد نائب رئيس المجلس القومى لحقوق الإنسان بقرار الإفراج بكفالة عن د. ممدوح حمزة المهندس المصرى المعتقل فى لندن فى ١٢ يوليو الماضى بعد وصوله لحضور حفلة صيفية للملكة إليزابيث.

وأعلن د. أبو المجد أن الإفراج عن د. حمزة سوف يعطى له الفرصة للالتقاء بهيئة الدفاع عنه وإن كان الغموض ما زال يحيط بالاتهامات الموجهة ضده، وأعرب د. أبو المجد عن أمله فى أن يكون الإفراج بكفالة عن د. حمزة له تأثير إيجابى فى القضية.

ومن جهة أخرى أكد المتحدث باسم البوليس البريطانى أن د. حمزة المفرج عنه يجب أن يمثل أمام محكمة أولدبالى فى أول سبتمبر المقبل.

ويُذكَر أن د. ممدوح حمزة يبلغ من العمر ٥٧ عاماً ويمتلك شركة من أكبر شركات الإنشاءات فى مصر ولها رصيد عالمى فى الإنشاءات وكان أحد المنفذين لمبنى مكتبة الإسكندرية الجديد.

(5)

'US not thinking of invading Sudan'

Sudanese Foreign Minister Mustafa Othman Ismail yesterday renewed his country's resolve to abide by the UN Security Council decision on Darfur.

He said Sudan would improve the conditions in the troubled district with Arab and international help; extend the secure refugees' area, and resume the peace talks with the western rebels in Nigeria later this month.

"Egypt is the only country so far that officially informed Sudan of dispatching peace observers to the Darfur province," Ismail said in an interview with the Saudi daily Okaz, pointing out that Sudan welcomes Arab observers to Darfur and rejects any foreign peacekeepers.

Ismail, who seemed optimistic for a peaceful solution to the crisis, ruled out a US invasion of his country.

الترجمة الأولية

الولايات المتحدة لا تفكر فى غزو السودان

أكد "مصطفى عثمان اسماعيل" وزير الخارجية السودانى مجدداً التزام بلاده بقرار الأمم المتحدة حول دارفور. وأضاف أن السودان سوف تعمل على تحسين الأوضاع فى هذه المناطق المضطربة بالمساعدة العربية والدولية وستأمن منطقة اللاجئين وتستأنف محادثات السلام مع المتمردين فى الغرب فى نيچيريا فى أواخر هذا الشهر.

وصرح "اسماعيل" فى حديث صحفى لصحيفة "عكاظ" اليومية السعودية أن مصر هى الدولة العربية الوحيدة التى ابلغت السودان رسمياً عن استعدادها لارسال مراقبين سلام إلى منطقة دارفور مشيراً إلى أن السودان يرحب بالمراقبين العرب ويعترض على المراقبين الأجانب.

وابدى اسماعيل تفاؤله من الوصول إلى حد سلمى للأزمة وأستبعد نية الولايات المتحدة لغزو بلاده.

صياغة نهائية

"أمريكا لا تنوى غزو السودان"

استبعد مصطفى عثمان إسماعيل وزير الخارجية السودانى غزو أمريكا للسودان وأكد على تفاؤله للتوصل إلى حل سلمى للأزمة حول دارفور.

وصرح وزير الخارجية السوادنى فى حديث صحفى نشرته صحيفة "عكاظ" اليومية السعودية أمس أن بلاده ملتزمة بقرار الأمم المتحدة لحل مشكلة دارفور وسوف تقوم الحكومة السودانية بتحسين الأوضاع فى تلك المنطقة الفقيرة اعتماداً على المساعدات العربية والدولية. وأكد مصطفى عثمان أن حكومة السودان ستقوم بتأمين منطقة اللاجئين، وتستأنف المحادثات مع المتمردين فى غرب السودان فى اجتماع تستضيفه نيجيريا فى أواخر الشهر الحالى.

وأشار وزير الخارجية السودانى إلى أن مصر هى الدولة العربية الوحيدة التى أبلغت السودان رسمياً باستعدادها لإرسال مراقبى سلام إلى منطقة دارفور.

ورحب وزير الخارجية السودانى بمراقبين سلام من الدول العربية يتواجدون فى منطقة دارفور مشيراً إلى أن السودان يرحب بالعرب ويعترض على المراقبين الأجانب.

(6)

Egypt lauds MFO's peacekeeping role

FOREIGN Minister Ahmed Abul Gheit met yesterday with the Director General of the Multinational Force and Observers (MFO) in Sinai Peninsula, Ambassador James A. Larocco, who assumed office on 2nd July, 2004.

According to a diplomatic source at the Foreign Ministry, Abul Gheit expressed Egypt's appreciation for the important role played by the MFO in keeping peace and stability in the region.

Emerging from the meeting, Mr. Larocco said the discussion focused on strengthening relationship between the government of Egypt and MFO.

الترجمة الأولية

مصر تشيد بدور قوات حفظ السلام

إجتمع أحمد أبو الغيط وزير الخارجية المصرى مع القائد العام لقوات حفظ السلام الدولية فى شبه جزيرة سيناء السفير چيمس لاروكو - الذى تسلم منصبه فى ٢ يوليو , ٢٠٠٤

وصرح مصدر دبلوماسى فى وزارة الخارجية أن أبو الغيط أعرب عن تقدير مصر للدور الذى تلعبه قوات حفظ السلام فى استقرار المنطقة.

وعقب الاجتماع صرح السيد لاروكو أن المحادثات ركزت على توطيد العلاقات بين الحكومة المصرية وقوات حفظ السلام.

الترجمة النهائية

مصر تقدر جهود قوات حفظ السلام

اجتمع وزير الخارجية المصرى أحمد أبو الغيط مع السفير چيمس لاروكو القائد العام لقوات حفظ السلام الدولية فى سيناء. وقد صرح دبلوماسى مصرى أن السيد أبو الغيط قد عبر عن تقدير مصر للدور الذى تلعبه قوات حفظ السلام فى استقرار المنطقة أثناء لقائه مع السيد لاركو الذى تسلم مهام منصبه فى ٢ يوليو ٢٠٠٤ . وأكد القائد العام لقوات حفظ السلام الدولية أن لقاءه مع وزير الخارجية المصرى قد تركز حول توطيد العلاقات بين الحكومة المصرية وقوات حفظ السلام.

(7)
FM, Regional WHO Chairman discuss medical co-operation

FOREIGN Minister Ahmed Abul Gheit met yesterday with Mr Hussein el-Gazaeri, Chairman of the Regional Office of the World Health Organization (WHO) for the Middle East and North Africa.

El-Gazaeri said following the meeting that he and the Foreign Minister discussed co-operation between the Egyptian government and WHO.

“We need to consult with the Foreign Minister of Egypt from time to time to facilitate access to medicines and medical equipment that we need”, said the WHO official.

Asked about the role WHO is playing in alleviating the sufferings of the people of Darfur, el-Gazaeri said that the WHO has established three offices there to provide medical services for the Darfuris.

الترجمة الأولية

مباحثات وزير الخارجية مع رئيس هيئة الصحة الدولية

اجتمع امس السيد أحمد أبو الغيط - وزير الخارجية المصرى - مع السيد حسين الجازيرى، المدير الاقليمى لمنظمة الصحة العالمية فى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وصرح الجازيرى بعد اللقاء أنه ووزير الخارجية المصرى ناقشا سبل التعاون بين الحكومة المصرية ومنظمة الصحة العالمية.

وأضاف: "نحن بحاجة للتشاور مع وزير الخارجية المصرى من آن لآخر لتسهيل الوصول إلى الأدوية والأدوات الصحية التى نحتاجها".

الترجمة النهائية

الخارجية تسهل الحصول على الأدوية

أعلن السيد حسين الجازيرى المدير الإقليمى لمنظمة الصحة العالمية فى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا فى ختام لقائه مع السيد أحمد أبو الغيط وزير الخارجية المصرى أن وزارة الخارجية المصرية ترحب بمساعدة المنظمة فى وصول الأدوية والأدوات الصحية التى يحتاجها عمل المنظمة فى المنطقة. وكان الجازيرى قد التقى وزير الخارجية المصرى فى اجتماع أمس ناقشا فيه سبل التعاون بين الحكومة المصرية ومنظمة الصحة العالمية.

(8)

Bush 'better for Israelis' than Kerry

JERUSALEM

Israeli Jews overwhelmingly want President George W. Bush to beat his Democrat challenger John Kerry in the US presidential elections on November 2, according to an opinion poll published in Jerusalem on Wednesday.

A total of 49 percent ol people questioned said they preferred Bush, with just 18 percent wanting Kerry to win.

Seven percent believed that the two candidates were equally good for Israel, while 2 percent said they were equally bad for the Jewish state. The rest offered no opinion.

Tel Aviv university carried out the poll, questioning a representative range of 577 adult Israelis.

الترجمة الأولية

"بوش" أفضل للإسرائيليين من كيرى

القدس: اظهر استطلاع رأى عام اجرى فى القدس يوم الأربعاء الماضى أن الإسرائيليين بأغلبية ساحقة يريدون چورچ بوش أن يفوز على منافسه الديمقراطى "چون كيرى" فى الانتخابات الرئاسية التى ستجرى فى ٢ نوفمبر القادم جاءت نتائج الاستطلاع أن ٤٩٪ من الإسرائيليين المشتركين فى الاستطلاع يفضلون "بوش" مقابل ١٨٪ يريدون "كيرى" أن يفوز بالانتخابات، وأكد ٧٪ أن المرشحين متساويين بأنهما مفيدين لإسرائيل بينما رأى ٢٪ بأن الأثنين غير مفيدين لإسرائيل، ورأى باقى المشاركين أن ليس لديهم رأى محدد خاص بالمرشحين الأمريكيين.

وكانت جامعة "تل أبيب" اجرت هذا الاستطلاع على ٥٧٧ من الإسرائيليين البالغين.

ترجمة نهائية

الإسرائيليون: بوش أفضل من كيرى

القدس: أظهر استطلاع للرأى العام أجرته جامعة تل أبيب فى القدس يوم الأربعاء الماضى أن الإسرائيليين يريدون فوز الرئيس الأمريكى چورچ بوش على منافسه الديمقراطى چون كيرى فى الانتخابات الرئاسية التى ستجرى فى ٢ نوفمبر القادم.. وجاءت نتائج الاستطلاع الذى شارك فيه ٥٧٧ من الإسرائيليين البالغين لتؤكد أن ٤٩٪ يفضلون بوش رئيساً لأمريكا فى المرحلة القادمة فى مقابل ١٨٪ يريدون كيرى.. وعبر ٧٪ من المشاركين فى الاستطلاع عن قناعتهم بتساوى استفادة إسرائيل من كل من بوش وكيرى وأكد ٢٪ أن بوش وكيرى كلاهما غير مفيد لإسرائيل ورفض ٢٣٪ من المشاركين فى الاستطلاع تحديد رأى محدد فى المرشحين الأمريكيين للرئاسة فى الفترة القادمة.

(9)

Egypt, China discuss promoting ties

FOREIGN Minister Ahmed Abul Gheit held talks yesterday with the deputy Chinese foreign minister, who is currently on an official visit to Egypt.

Following the talks, the top Chinese diplomat told reporters that his country appreciates President Hosni Mubarak's role in supporting peace efforts in the Middle East.

He added that discussions tackled means to strengthen cooperation ties between Cairo and Beijng. “The meeting today (yesterday) is part of preparations for holding the first ministerial meeting of the Sino-Arab Forum", he said.

ترجمة أولية

مصر والصين تناقشان دعم العلاقات بينهما

أجرى السيد أحمد أبو الغيط وزير الخارجية محادثات أمس مع نائب وزير الخارجية الصينى الذى يقوم بزيارة رسمية لمصر حالياً.

وصرح المسئول الصينى للصحفيين بعد المحادثات أن بلاده تقدر الدور الذى يقوم به الرئيس حسنى مبارك فى دعم جهود السلام فى الشرق الأوسط.

وأضاف أن المباحثات تناولت أساليب تقوية روابط التعاون بين مصر وبكين، مؤكداً أن هذا اللقاء يعد جزءاً من الاستعدادات لاقامة أول منتدى عربى صينى لوزراء الخارجية من الجانبين.

ترجمة نهائية

أول منتدى عربى صينى

التقى السيد أحمد أبو الغيط وزير الخارجية أمس مع نائب وزير الخارجية الصينى الذى يقوم بزيارة رسمية لمصر حالياً.. وقد أعلن المسؤول الصينى أن المباحثات تناولت الاستعدادات لإقامة أول منتدى عربى صينى لوزراء الخارجية من الجانبين. وأشاد نائب وزير خارجية الصين بالدور الذى يقوم به الرئيس حسنى مبارك فى دعم جهود السلام فى الشرق الأوسط مؤكداً على أن مباحثاته مع السيد أبو الغيط قد تناولت سبل التعاون بين مصر وبكين.

(10)

Golan action not words, Syria says

Syria said it will not treat an Israeli offers to pull out of the Golan Heights seriously unless backed by moves on the ground or an open commitment to withdraw.

An adviser to the Syrian information minister, Ahmad Haj Ali told reporters: "We don't give such statements any weight unless they are associated with a serious move [toward peace] and with international guarantees".

Israel Defence Forces Chief of Staff Moshe Ya'alon had indicated there is no military reason why Israel could not withdraw to the border Israel shared with Syria before the l967 Six-Day War.

"Whoever is willing to make peace should return the land to its owners and withdraw immediately or declare that openly and clearly", he added.

الترجمة الأولية

سوريا تؤكد: الانسحاب الفعلي من الجولان ليس بالكلمات

أكدت سوريا اليوم بأنها لم تأخذ مقترحات إسرائيل بشأن الانسحاب من مرتفعات الجولان بجدية ما لم تقم بتحركات على أرض الواقع أو بالتزام واضح بالانسحاب.

وصرح أحمد حاج على - مستشار وزير الإعلام السورى - للصحفيين "أننا لا نأخذ مثل هذه التصريحات مأخذ الجد ما لم تقترن بتحركات جادة تجاه السلام وبضمانات دولية".

وكان "موسى بعالون" رئيس أركان الدفاع الإسرائيلى قد أشار إلى أنه لا يوجد سبب عسكرى يمنع انسحاب إسرائيل من الجولان والعودة إلى الحدود السورية الإسرائيلية قبل عام ,١٩٦٧

وأضاف "أحمد حاج" أن من يرغب فى اقرار السلام عليه أن يعيد الأراضى إلى أصحابها والانسحاب فوراً أو إعلان ذلك صراحة وبوضوح.

ترجمة نهائية

سوريا: الانسحاب من الجولان ليس بالكلمات

صرح أحمد حاج على مستشار وزير الإعلام السورى أن سوريا لا تأخذ التصريحات الإسرائيلية بالانسحاب من الجولان مآخذ الجد ما لم تقترن بتحركات جادة تجاه السلام وبضمانات دولية.. وكان موسى بعالون رئيس أركان حرب الجيش الإسرائيلى قد أشار إلى أنه لا يوجد سبب عسكرى يمنع إسرائيل من الانسحاب من مرتفعات الجولان السورية التى احتلتها إسرائيل عام ,١٩٦٧

وقد أكدت مصادر سورية أن التصريحات الإسرائيلية بالانسحاب من الجولان يجب أن يكون لها صدى على أرض الواقع والتزام واضح بالانسحاب.. وأكد أحمد حاج على أن من يرغب فى إقرار السلام عليه أن يعيد الأرض إلى أصحابها والانسحاب فوراً من الأرض المحتلة أو الإعلان عن ذلك صراحة وبوضوح.

(11)

Sistani's heart surgery a success

Ayatollah Ali al-Sistani, Iraq's most influential Shi'ite cleric who has been a voice for moderation, has successfully undergone heart surgery in London, an aide said yesterday.

"The Ayatollah had an operation to unblock a coronary artery on Friday. His condition is stable," a representative from Sistani's office told reporters.

الترجمة الأولية

جراحة ناجحة لقلب "السيستانى"

أجرى آية الله على السيستانى المرجع الشيعى العراقى - وأحد الأصوات المعتدلة - جراحة ناجحة فى القلب فى لندن. صرح بذلك أحد مساعديه أمس، وصرح ممثل لمكتب السيستانى للصحفيين أن المرجع الشيعى اجرى جراحة ناجحة لعلاج انسداد فى الشريان التاجى يوم الجمعة الماضى وأن حالته مستقره.

الترجمة النهائية

جراحة ناجحة لقلب "السيستانى"

أعلن أحد مساعدى آية الله على السيستانى المرجع الشيعى الأعلى فى العراق أنه تم إجراء جراحة ناجحة فى القلب للسيستانى.

وصرح فى لندن المتحدث باسم مكتب السيستانى للصحفيين أن المرجع الشيعى أجرى جراحة لعلاج انسداد فى الشريان التاجى يوم الجمعة الماضى وأن حالته مستقرة.

ويعتبر السيستانى صوت الاعتدال بين رجال الدين الشيعة فى العراق.

(12)

New Iraqi state wants 'strong ties' with Arabs

Iraqi vice-President Ibrahim al-Ga'afari yesterday said that the new Iraqi state is looking forward to building strong and deep relations with Arab countries.

In statements to the Jordanian daily newspaper Al-Dostour published yesterday, al-Ga'afari said Iraqi officials will be visiting several Arab and non-Arab countries. Ga'afari said the possibility of forging ties with Israel in the future was not raised.

ترجمة أولية

الدولة العراقية الجديدة ترغب فى "روابط قوية" مع العرب

صرح السيد إبراهيم الجعفرى نائب رئيس العراق أمس أن الدولة العراقية الجديدة تسعى لبناء علاقات قوية وعميقة مع الدول العربية.

وفى تصريحات له إلى جريدة الدستور الأردنية أمس أشار الجعفرى أن المسئولين العراقيين سوف يقومون بزيارات لدول عربية وغير عربية، وأكد الجعفرى أن احتمال إقامة علاقة مستقبلية مع إسرائيل غير مطروحة.

ترجمة نهائية

الجعفرى: العلاقة المستقبلية مع إسرائيل غير مطروحة

أعلن إبراهيم الجعفرى نائب رئيس العراق لصحيفة الدستور الأردنية أن إقامة علاقة مستقبلية بين الحكومة العراقية وإسرائيل غير مطروحة.

وأكد الجعفرى أن دولة العراق الجديدة تسعى إلى بناء علاقات قوية وعميقة مع الدول العربية، والمسؤولون العراقيون سوف يقومون بزيارات لدول عربية خلال الفترة القادمة.

(13)

FAO team in Fayoum

A delegation from the UN Food and Agricultural Organisation (FAO) yesterday made a follow-up tour of Fayoum, where the agency is implementing a two-year project.

The delegation visited the site of FAO-supported project to train local farmers and provide them with loans.

The project has been allocated a budget of $320,000, Governor of Fayoum, accompanied the FAO team during the tour.

ترجمة أولية

فريق من (الفاو) يزور الفيوم

قام وفد من منظمة الأغذية والزراعة التابعة للأمم المتحدة (فاو) بجولة متابعة أمس فى محافظة الفيوم حيث تقوم المنظمة بتنفيذ مشروع لها لمدة عامين. وزار الوفد موقع المشروع الخاص بتدريب المزارعين وإمدادهم بالقروض. وكان محافظ الفيوم يرافق الوفد فى متابعته للمشروع الذى خصص له ٣٢٠ ألف دولار أمريكى.

ترجمة نهائية

٣٢٠ ألف دولار قروض من الفاو للفيوم

يقوم وفد من منظمة الأغذية والزراعة التابعة للأمم المتحدة (فاو) بزيارة المزارعين الذين استفادوا من مشروع الفاو هناك. وكان محافظ الفيوم د. رأفت محمود قد رافق الوفد خلال متابعته لأنشطة المشروع الذى يستمر لعامين ويهدف إلى مساعدة الفلاحين على الإنتاج عن طريق تقديم قروض قدرها ٣٢٠ ألف دولار.

(14)

TEHRAN

Iraq seeks to mend relations with Iran

Iraq is stepping up efforts to improve relations with neighbouring Iran, which has been highly critical of the military action against Shi'ite militiat in Iraq.

Iraq's interim Deputy Prime Minister, Barham Saleh, is going to Tehran.

Baghdad and Tehran have recently been involved in a war of words over a number of sensitive issues.

ترجمة أولية

العراق تسعى لإصلاح علاقتها مع إيران

فى محاولة لتكثيف الجهود الرامية لتحسين العلاقات مع إيران التى أصبحت متوترة بعد الهجوم العسكرى على العسكريين الشيعة فى العراق يسافر إبراهيم صلاح نائب وزير الخارجية العراقى إلى طهران وكانت بغداد وإيران تبادلا مؤخراً اتهامات كلامية حول عدد من القضايا الحساسة.

ترجمة نهائية

العراق تصالح إيران

يسافر إبراهيم صلاح نائب وزير الخارجية العراقى إلى طهران فى إطار محاولات لتكثيف جهود تحسين العلاقات بين العراق وإيران وذلك بعد الاتهامات الكلامية المتبادلة بينهما والتى تزايدت مؤخراً وشملت العديد من القضايا الحساسة والخلافية.. وكانت إيران قد بدأت هجوماً على العراق بعد تصاعد الهجوم العسكرى الحكومى ضد الشيعة من أهالى العراق.

(15)

RAMALLAH

Abu Mazen says ready for PLO comeback

Former Palestinian Prime Minister Mahmoud Abbas, also known as Abu Mazen, says there are no conditions on his attending meetings of the Palestinian Liberation Organisation (PLO) Executive Committee.

"As a Palestinian citizen first, and an official, I just want to see the Cabinet empowered to assume its responsibilities and duties," Abu Masen told local media. No timetable for his return has been set, he said.

ترجمة أولية

أبو مازن على استعداد للعودة لمنظمة التحرير الفلسطينية

صرح محمود عباس (أبو مازن) رئيس الوزراء الفلسطينى السابق أنه لا يوجد أية شروط لحضوره اجتماعات اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية.

وأكد (أبو مازن) لرجال الإعلام الفلسطينى أنه يأمل كمواطن وكمسئول أن يرى تمكين الحكومة الفلسطينية من استئناف مهامها وواجباته. وفى الوقت نفسه أضاف انه لا يوجد توقيت زمنى لعودته بعد.

ترجمة نهائية

أبو مازن يعود لمنظمة التحرير

أبدى محمود عباس (أبو مازن) رئيس الوزراء الفلسطينى السابق رغبته فى حضور اجتماعات اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية وأكد أبو مازن أنه لا يوجد لديه شروط مسبقة لحضور هذه الاجتماعات.

وصرح محمود عباس لرجال الإعلام الفلسطينى أنه يتمنى كمواطن وكمسؤول أن يرى الحكومة الفلسطينية فى حالة جيدة وقادرة على استئناف مهامها وواجباتها.

وأشار أبو مازن إلى أنه لم يحدد توقيتاً زمنياً لعودته للحياة السياسية مرة أخرى.

(16)

Kuwait

Envoy: Egyptian hostage free 'soon'

An Egyptian Embassy diplomat in Kuwait announced the release is expected soon of one Egyptian, and six others being held hostage in Iraq. The diplomat said the Kuwaiti employer of seven victims had "given in" to their demands.

The company had agreed to end activities in Iraq, the diplomat said. Negotiations with the kidnappers are continuing. The return of the hostages is expected soon, including the Egyptian, Mohammad Ali Sanad, he said.

ترجمة أولية

إطلاق سراح الرهينة المصرى قريباً

صرح مسئول دبلوماسى فى السفارة المصرية بالكويت أن الرهينة المصرى المختطف والستة رهائن الآخرين المختطفين فى العراق من المتوقع اطلاق سراحهم قريباً.

واضاف المسئول أن المستخدم الكويتى للضحايا استجاب لمطالب المختطفين، ووافقت شركته على إيقاف جميع نشاطاتها فى العراق.

وأكد المسئول الدبلوماسى أن المفاوضات مع المختطفين مازلت مستمرة وأن عودتهم أصبحت وشيكة.

ترجمة نهائية

الإفراج عن الرهينة المصرى قريباً

اعلنت مصادر دبلوماسية مصرية فى الكويت أن الإفراج عن الرهينة المصرى فى العراق قد أصبح قريباً بعد موافقة صاحب الشركة الكويتية التى كان يعمل فيها المصرى وستة آخرون محتجزون معه على توقيف نشاطه فى العراق وما زالت المفاوضات مع الخاطفين مستمرة.

(17)

Gaza pullout 'opens the door'

PRESIDENT Hosni Mubarak's Political Adviser, Dr. Osama El-Baz yesterday reviewed the latest developments in the Middle East with Japan's Middle East special Peace Envoy Tatsu Arima, who is currently on an official visit.

Emerging from the meeting, El-Baz said the talks chiefly tackled the deadlock in the Mideast peace process. "The Japanese envoy expressed his countrys interest in attaining tangible progress," El-Baz said.

ترجمة أولية

الانسحاب من غزة يمهد طريق السلام

اجرى د. أسامة الباز - المستشار السياسى للرئيس حسنى مبارك - أمس مشاورات مع "تاتو اريما" المبعوث اليابانى الخاص بالسلام فى الشرق الأوسط والذى يجرى حالياً زيارة رسمية للقاهرة حول التطورات الحالية فى منطقة الشرق الأوسط.

وصرح د. الباز بعد الاجتماع أن المباحثات تناولت الطريق المسدود الذى وصلت إليه عملية السلام فى الشرق الأوسط، وأن المبعوث اليابانى أعرب عن أمل بلاده فى عودة التقدم الملموس فى عملية السلام.

ترجمة نهائية

السلام فى طريق مسدود

صرح د. أسامة الباز المستشار السياسى لرئيس الجمهورية أن عملية السلام فى الشرق الأوسط قد وصلت إلى طريق مسدود، وقال لضيفه تاتو اريما المبعوث اليابانى الخاص بالسلام فى الشرق الأوسط الذى يزور القاهرة حالياً أنه لابد من عودة التقدم فى عملية السلام، وقد أبدى "اريما" أمل بلاده فى دفع عجلة السلام فى المنطقة.

(18)

BEIRUT

Yemen: No Arab troops to Iraq

Yemen's Foreign Minister Abu Bakr al-Kerabi, yesterday ruled out the sending of any Arab forces to Iraq so long as it is "occupied".

In an interview with the Lebanese newspaper Al-Safir, al-Kerabi called on all Iraq's political powers to unite and reconcile so as to help assist the political process in the war-torn country.

ترجمة أولية

اليمن: لا قوات عربية تُرسَل إلى العراق

استبعد أمس السيد أبو بكر الكيرابى - وزير الخارجية اليمنى - فى حديث اجراه لصحيفة السفير اللبنانية ارسال أية قوات عربية إلى العراق طوال فترة الاحتلال.

وناشد السيد أبو بكر التيارات السياسية العراقية للاتحاد والتضامن من أجل المساعدة على الاستقرار السياسى فى البلد التى مزقتها الحرب.

ترجمة نهائية

القوات العربية لن تذهب إلى لعراق المحتل

أكد السيد أبو بكر الكيرابى وزير خارجية اليمن استبعاده إرسال أية قوات عربية إلى العراق طوال فترة الاحتلال. وأشار فى حديثه لصحيفة السفير اللبنانية إلى ضرورة اتحاد التيارات السياسية العراقية للمساعدة فى الاستقرار السياسى للعراق التى مزقتها الحرب.

(19)

Yemen jails 5 Qaeda supporters

A Yemeni court jailed five Al Qaeda supporters for 10 years yesterday for bombing the French supertanker Limburg and sentenced to death another militant who plotted with them to kill the US ambassador to Sanaa.

Another nine Yemenis received prison terms of three to 10 years for the assassination conspiracy and for plotting with the other six to attack the embassies of the United States, Germany, France, Britain and Cuba.

The 15 were also found guilty of forming an armed group that carried out attacks on Yemeni and Western targets.

ترجمة أولية

اليمن تعتقل خمسة من مؤيدى القاعدة

أصدرت أمس محكمة يمنية حكماً بالسجن عشر سنوات على خمسة من مؤيدى القاعدة بتهمة تفجير ناقلة النفط الفرنسية ليمبورج وقضت المحكمة بإعدام آخر اشترك معهم وحاول قتل السفير الأمريكى السابق فى صنعاء.

وقضت المحكمة بمعاقبة تسع يمنيين آخرين بالسجن مدة تتراوح ما بين ٣ - ١٠ سنوات بتهمة التخطيط لضرب سفارات الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا وفرنسا وبريطانيا وكوبا.

وعلى جانب آخر أدانت المحكمة خمسة عشر متهماً آخر بتهمة تشكيل تنظيم مسلح يخطط لضرب أهداف أجنبية وحكومية فى اليمن.

ترجمة نهائية

الحكم بإعدام واحد والسجن لـ ٢٩ يمنيًا يناهضون الوجود الأجنبى

حكمت محكمة يمنية بالإعدام على مواطن حاول اغتيال السفير الأمريكى السابق فى اليمن، كما أصدرت المحكمة ٢٩ حكماً بالسجن ضد مواطنين آخرين بينهم خمسة يؤيديون تنظيم القاعدة. وقد حكمت عليهم المحكمة بالسجن عشر سنوات لكل منهم على خلفية اتهامهم بتفجير ناقلة النفط الفرنسية "ليمبورج" كما قضت المحكمة بمعاقبة تسعة يمنيين آخرين بأحكام بالسجن تتراوح ما بين ٣ إلى ١٠ سنوات بتهمة التخطيط للاعتداء على سفارات أمريكا وألمانيا وفرنسا وبريطانيا وكوبا فى اليمن. ومن جهة أخرى أدانت المحكمة ١٥ يمنياً آخرين بتهمة تشكيل تنظيم مسلح يخطط لضرب أهداف أجنبية وحكومية فى اليمن.

(20)

MOSCOW

Explosives found in second Russian jet

Explosives have been found in the wreckage of the second of two jets which crashed almost simultaneously this week, Russia's FSB secularity service says.

"Additional examination of the fragments of the Tu-134 aircraft which crashed on Tuesday... has revealed traces of hexogen," an FSB spokesman said on Saturday by telephone.

The FSB said on Friday that hexogen, more widely known as RDX, had been found in the wreckage of the other plane which crashed on Tuesday in southern Russia.

ترجمة أولية

وجود متفجرات فى الطائرة الروسية الثانية

صرحت مصادر أمنية روسية أنه تم العثور على متفجرات من بين حطام الطائرة الثانية التى انفجرت هذا الأسبوع.

وأكد المتحدث باسم مكتب التحقيقات فى مكالمة تليفونية يوم السبت أن المعاينة الثانية لحطام الطائرة تى ١٣٤ التى انفجرت يوم الثلاثاء الماضى كشفت عن بقايا "هيكسوجن".

وكان مكتب التحقيقات اعلن يوم الجمعة عن وجود "هيكسوجن" المعروف باسم (آر. دى. اكس) فى حطام الطائرة الثانية التى تحطمت فى جنوب روسيا.

ترجمة نهائية

متفجرات فى الطائرة الروسية الثانية

تم العثور على متفجرات بين حطام الطائرة الروسية الثانية التي انفجرت هذا الأسبوع وأكد المتحدث باسم مكتب التحقيقات أن المعاينة المدققة لحطام الطائرة تى ١٣٤ التى انفجرت جنوب روسيا الثلاثاء الماضى كشفت عن وجود بقايا مادة "هيكسوچين" المعروفة باسم (أر. دى. إكس) وهى مادة متفجرة.

ويؤكد ذلك شبهة تعرض الطائرة للتخريب المتعمد مما أدى إلى انفجارها.

(21)

Tehran warns Washington:

Any attack would be suicidal

TEHRAN - Any US attack on Iran would be "suicidal", Iranian President Mohammad Khatami warned yesterday.

“The Americans have to deal first with their problems in Iraq before taking military action against Iran," the reformist president told reporters at a news conference yesterday.

"I believe the Americans are still rational enough not to repeat their mistakes," he added, referring to the attack on Iraq.

"Washington has hit a dead-end over Iran's nuclear dossier, lacking enough proof to demand UN sanctions and too logged down in Iraq for a military strike," Khatami said.

Washington is pushing the International Atomic Energy Agency (IAEA) to report Iran to the sanction-imposing UN Security Council, accusing Tehran of a clandestine weapons programme.

"I assure you that the Americans have no evidence to prove their claims", Khatami said.

Iran says its nuclear programme is peaceful and is intended to meet booming domestic demand for electricity.

ترجمة أولية

طهران تحذر واشنطن: أى هجوم سيعد انتحاراً

حذر أمس الرئيس الإيرانى الولايات المتحدة الأمريكية مؤكداً: "أن أى هجوم على طهران سيعد بمثابة إنتحار".

وفى تصريحاته للمؤتمر الصحفى الذى عقده أمس صرح الرئيس الإصلاحى للصحفيين أن الولايات المتحدة عليها أن تحل مشاكلها فى العراق قبل أن تفكر فى أى عمل عسكرى ضد إيران، وفى إشارة لموقف الولايات المتحدة فى العراق قال "اننى اعتقد الولايات المتحدة مازالت لديها التفكير العقلانى الكافى لعدم تكرار اخطائها مرة أخرى".

فقد وصلت واشنطن إلى طريق مغلق بالنسبة للملف النووى الإيرانى بعد أن فشلت فى الوصول إلى أى دليل يساعدها من التقدم إلى الأمم المتحدة لطلب فرض عقوبات على إيران بالإضافة إلى وقوعها فى المستنقع العراقى بعد ضربتها العسكرية.

وأكد خاتمى أن واشنطن تمارس ضغوطاً على هيئة الطاقة النووية من أجل التقدم بطلب لمجلس الأمن لفرض عقوبات على إيران بتهمة اخفاء برنامجها النووى مؤكداً أن الولايات المتحدة لا تمتلك أى دليل على صحة ادعائها وكانت إيران أكدت أن برنامجها النووى لأغراض سلمية وأن الهدف منه هو تلبية الطلب المتزايد فى إيران من الاستهلاك المحلى للكهرباء.

ترجمة نهائية

خاتمى يحذر واشنطن: الاعتداء على طهران يعد انتحاراً

حذر الرئيس الإيرانى محمد خاتمى الولايات المتحدة الأمريكية من الاندفاع وراء إثارة المشاكل فى المنطقة وأكد أن أى اعتداء على إيران سيعد انتحاراً..

وكانت تحركات واشنطن ضد إيران قد تعثرت بعد أن وصلت بالملف النووى الإيرانى إلى طريق مسدود وفشلت فى الوصول إلى أى دليل يساعدها على التقدم إلى الأمم المتحدة لفرض عقوبات على إيران.. وراحت واشنطن تهدد بالاعتداء على إيران التى أكدت أن امتلاكها للقدرات النووية إنما يهدف إلى توفير احتياجات إيران من الكهرباء وتستخدم هذه الطاقة فى الأغراض السلمية.

وقد أشار الرئيس خاتمى إلى تورط أمريكا فى المستنقع العراقى مؤكداً أن على أمريكا أن تحل مشاكلها فى العراق قبل أن تفكر فى أى عمل عسكرى ضد إيران.. وأعلن الرئيس الايرانى فى المؤتمر الصحفى الذى عقده أمس عن اعتقاده بأن الولايات المتحدة الأمريكية ما زالت لديها التفكير العقلانى الكافى لعدم تكرار أخطائها مرة أخرى.

وأكد خاتمى أن ما تمارسه واشنطن من ضغوط على هيئة الطاقة النووية بهدف معاقبة إيران بتهمة إخفاء برنامجها النووى لن يصل إلى شىء لأن أمريكا لا تمتلك أى دليل على صحة ادعاءاتها.

(22)

Palestinian prisoners' hunger strike winning

RAMALLAH - Israeli prison authorities have acceded to some of the Palestinian hunger strikers' demands.

Palestinian Minister of Prisoners' Affairs, Hisham Abd Al-Razak, said the prisoners in Askalan have put there strike on 'temporary hold' until tomorrow or Tuesday, after prison authorities acceded to some of the prisoners' demands.

Elsewhere the hunger strike will continue, he said until all the prisoners' demands are met.

In Gaza, Palestinian Minister for Foreign Affairs Nabil Shaath called on Israel to negotiate with the Palestinian prisoners and respond to their demands.

"Our requirement is the freedom of these prisoners. Until their freedom is gained, Israel has to negotiate with them and respond to their requirements as they are just and supported by the whole world", Shaath told reporters.

ترجمة أولية

السجناء الفلسطينيون المضربون عن الطعام ينتصرون

رام الله – صرح هشام عبد الرازق الوزير الفلسطينى لشئون السجناء أن السلطات الإسرائيلية استجابت لبعض مطالب الفلسطينيين المضربين عن الطعام فى سجون عسقلان أوقفوا اضرابهم عن الطعام بشكل مؤقت حتى الغد أو يوم الثلاثاء المقبل بعد أن استجابت سلطات السجن لبعض مطالبهم. بينما مازال الاضراب مستمراً فى السجون الإسرائيلية الأخرى لحين الاستجابة لمطالب السجناء.

وفى غزة طالب نبيل شعث وزير شئون الخارجية الفلسطينى إسرائيل بالتفاوض مع السجناء الفلسطينيين والاستجابة لمطالبهم.

وأكد شعث للصحفيين أن مطالبنا هى الافراج عن جميع المعتقلين، وحتى يتم الاستجابة لهذا المطلب فعلى إسرائيل أن تتفاوض مع السجناء الفلسطينيين وأن تستجيب لمطالبهم لأنها عادلة وتلقى تأييد عالمى.

ترجمة نهائية

السجناء الفلسطينيون ينتصرون على الصهاينة

رام الله – نجح السجناء الفلسطينيون المضربون عن الطعام لمدة ١٩ يوماً فى حرب "الأمعاء الخاوية" فى تحقيق انتصار كبير على إدارة السجون الصهيونية المتعسفة ؛ حيث وافقت إدارة السجن فى عسقلان على مطالب الفلسطينيين المضربين عن الطعام مما أدى إلى فض الإضراب. وأعلن هشام عبد الرازق الوزير الفلسطينى لشئون السجناء أن السلطات الإسرائيلية قد استجابت بالفعل لبعض مطالب الأسرى المضربين عن الطعام فى سجن عسقلان وما زالت المفاوضات مستمرة بين الأسرى المضربين عن الطعام وبقية إدارات السجون الأخرى حيث لم يتم الاستجابة لمطالب الأسرى وبالتالى فالإضراب مستمر.

وفى غزة أكد نبيل شعث وزير الشئون الخارجية الفلسطينى أن مطالب السجناء الفلسطينيين عادلة وتلقى تأييداً عالمياً وعلى إسرائيل أن تتفاوض مع الأسرى الفلسطينيين وتحسن أوضاعهم لأننا لن نتوقف عن المطالبة بالإفراج عن جميع المعتقلين فى سجون إسرائيل وتحسين أحوالهم المعيشية والإنسانية داخل السجون.

ثانياً: تدريبات عامة

Egypt to attend OPEC meeting in Beirut

MINISTER of Petroleum Sameh Fahmi will be heading the Egyptian delegation at the OPEC meetings in Beirut tomorrow.

The meeting will be discussing means to stabilise the world oil market to serve the interests of producers and consumers alike.

The gathering will also review the report by the OPEC Ministerial Committee on oil markets.

Egypt will be attending the Beirut meeting as an observer, Fahmi said, adding that it will give Egypt an opportunity to coordinate among OPEC members and non-members for the sake of oil market stability.

معانى الكلمات:

delegation	وفد
stabilize	استقرار
producers	منتجين
consumers	مستهلكين
observer	مراقب

Calls for stronger links within COMESA

KAMPALA - ‘"Egypt yesterday called for boosting trade links among COMESA member states", the Minister of Foreign Trade said.

In statements to the press, Foreign Trade Minister Youssef Boutros Ghali urged members of Common Market for East and South Africa to adopt a united stance during the coming WTO talks.

Ghali, who is attending a COMESA ministerial meeting, said the organization welcomed Egypt’s proposal for a fund to compensate any member state for the loss of customs revenue as a consequence of the application of economic liberalisation policies.

معانى الكلمات:

boosting	دعم
urged	حث
COMESA	السوق المشتركة لجنوب وشرق أفريقيا
stance	موقف
compensate	تعويض

Talks with UN team on Palestine

CHAIRMAN of the People’s Assembly (PA) Foreign Relations Committee, Mustafa el-Fekki yesterday met with a UN delegation to discuss the situation in the occupied Palestinian territories.

Discussions dealt with Israeli atrocities against Palestinian civilians and means to put the peace process back on track.

معانى الكلمات:

committee	لجنة
atrocities	فظائع
civilians	مدنيون

WB, Gov't to discuss strategic cooperation

The Government and World Bank (WB) will today address future strategic cooperation and economic performance.

Discussions will focus on the application of the second phase of the economic reform plan.

Talks will also examine the challenges of integration with the global economy.

Prime Minister Atef Ebeid will today be meeting with Christian Portman, WB Vice-President for the Middle East and North Africa for talks on enlarging WB contribution to development projects.

"The WB is currently financing 18 development schemes is $ 1 billion a year", an official source said yesterday.

Ebeid will brief the WB official and his delegation on his government's plans to solve the problem of population growth and to encourage the private sector.

معانى الكلمات:

cooperation	تعاون
performance	أداء
challenges	تحديات
integration	اندماج
schemes	برامج

ECFA: No reform without settlement of ME conflict

REFORM in Arab countries depends much on a just settlement to the Middle East conflict.

This statement by chairman of the Egyptian Council for Foreign Affairs (ECFA), Abdel Raouf al-Ridi came in a message to the G8 summit which opened in Georgia yesterday.

“We are well on the way of reform without foreign help, but the general feeling of oppression and insecurity in the Middle East region renders our mission difficult”, Al-Ridi said, calling on G8 leaders our mission difficult”, Al-Ridi said, calling on G8 leaders to free the world of weapons of mass destruction, which are abundant in countries like Israel”.

معانى الكلمات:

settlement	تسوية
reform	إصلاح
oppression	اضطهاد
renders	يجعل
abundant	منتشرة

Arafat accepts Egypt's cease-fire initiative

PALESTINIAN President Yasser Arafat has accepted Egypt's cease-fire initiative, Palestinian Minister of Foreign Affairs Nabil Shaath said in an interview published yesterday. "What we have to worry about is the Israeli position, which as yet is still unknown", Shaath said, adding that a formal Palestinian acceptance will be drafted and released later this month.

"The Israelis have little regard for Egypt's requests to lift the state of siege on President Arafat, to withdraw forces to the borders of 28 September 2000, to resume the implementation of the road map, or to arrange a cease fire to coincide with Israeli withdrawal from Gaza and the northern part of the West Bank", Shaath said.

Egypt would be hosting a Palestinian national conference to affirm consensus on the Egyptian proposal and on plans to rebuild the Palestinian security services, he added.

معانى الكلمات:

ceasefire	وقف إطلاق النار
initiative	مبادرة
acceptance	قبول
draft	يصاغ
siege	حصار

1,000 Sadr fighters killed in Najaf, Kufa

Nearly one thousand fighters loyal to Muqtada al-Sadr had been killed in clashes in Najaf and Kufa since the Shi'ite cleric launched his uprising two months ago, Najaf Police Chief, Ghaleb Al-Jazairi said in an interview on Al-Arabia satellite channel yesterday.

Some civilians and policemen were also killed, but most of casualties were from Sadr's fighters, Al-Jazairi said.

معانى الكلمات:

clashes	مصادمات
cleric	أنصار
satellite channel	قناة فضائية
casualties	مصابون

UNRWA needs $ 15 mln for Rafah assistance

The United Nations Relief and Works Agency (UNRWA) has launched an emergency appeal for over 15 million US dollars to provide emergency assistance to Palestinians in the southern Gaza Strip city of Rafah, a statement from the organization said.

"UNRWA needs the funds to provide emergency cash, food and housing assistance to the hundreds of families who have lost their homes, had a bread-winner killed or wounded or who are in need of on going medical care following weeks of the most intense destruction in Gaza since the start of the (Palestinian) Intifada (uprising)", the agency said in a statement yesterday.

معانى الكلمات:

UNRWA	وكالة الغوث والتشغيل التابعة للأمم المتحدة
launched	أطلقت
emergency appeal	نداء إغاثة
funds	تمويل

Baradei: No military Link in Iran Atom Plans

Bratislava - The head of the UN nuclear watchdog said yesterday his inspectors had found no clear proof of a military dimension to Irans atomic programme, which the United States says is a front for developing a nuclear bomb.

"The jury is out on whether the programme has been dedicated exclusively for peaceful purposes or if it has some military dimension", International Atomic Energy Agency (IAEA) chief Mohamed el-Baradei told a meeting of NATO parliamentarians.

"We haven't seen concrete proof of a military programme so it's premature to make a judgement on that", he added.

Speaking generally about the problem of proliferation of weapons-related technology, El-Baradei said states must do more to prevent the spread of atomic bomb know-how and technology.

"We have a problem on our hands. We have a system of global security that is no longer functioning as it should", he said. The IAEA was expected to release a progress report on recent inspections in Iran last night.

معانى الكلمات:

inspectors	المراقبون
proof	دليل
dimension	بُعد
jury	المحكِّمين
Head UN nuclear watchdog	رئيس هيئة المفتشين الدوليين

IAEA hopes to finish Iran’s nuclear problem

The United Nation’s nuclear watchdog agency hopes it can wind up its problem into Iran’s nuclear programme within the next few months, its chief Mohamed el-Baradei said yesterday.

El-Baradei said he also hoped a second dossier Tehran has provided after his first report was found to be incomplete has a full picture of the nuclear programme that the US believes aims to build nuclear weapons. Tehran says its nuclear programme is peaceful and El-Baradei said “the jury is still out” on that question.

معانى الكلمات:

ينهى – يختتم	wind-up

‘Arab reform must come from within’

Arab reform efforts will fail if they are imposed from outside and fail to address the Middle East conflict, Jordan’s King Abdullah II warned in an AFP interview yesterday.

The king was speaking before joining a summit of the Group of Eight most industrialised nations in Sea Island, Georgia today at which Washington wants to push its own Greater Middle East Initiative for reform in Arab and Muslim countries.

“Any reform process should emerge from within -- ownership of the process of reform is vital for its success -- and initiatives seen as imposed from the out-side only hurt the efforts of genuine reformers in our region”, King Abdullah said.

معانى الكلمات:

warned	حذَّر
Initiative	مبادرة
vital	حيوى
genuine	صادق

ANKARA

Turkish FM due here on Monday

Turkish Foreign Minister Abdullah Gul will be visiting Egypt next Monday for talks with his counterpart Ahmed Maher and other senior Egyptian officials.

They will discuss the latest regional developments following the installation of the new interim Iraqi governnent, in addition to the efforts to end the standoff in the Middle East peace process, a spokesman for the Turkish Foreign Ministry said.

Gul will inform Maher about his country's stance on the referendum of the Turkish Cypriots, who have agreed to the reunification of the divided island of Cyprus according to a proposal UN Secretary-General Kofi Annan has submitted, the spokesman added in statements to the Middle East News Agency (MENA).

معانى الكلمات:

counterpart	نظيره
regional	إقليمية
interim	مؤقتة
standoff	توقف
spokesman	متحدث
reunification	إعادة توحيد

Arab countries urged to cooperate in combating terror

Egypt's Ambassador to Saudi Arabia, Mohmed Rafiq Khalil has called on Arab countries to cooperate in combating terrorism.

Ambassador Khalil highlighted the vital role of the media in the fight against international terror.

In his address during a ceremony at the Egyptian Embassy in Riyadh marking the 26th Media Day, Ambassador Khalil referred to the achievements of the Egyptian media in promoting national and Arab issues.

The envoy warned against extremist ideas targeted at Arab youth.

Media Advisor Shuaib Abdul Fattah addressed the ceremony saying that the media cooperation between Egypt and Saudi Arabia as well as with all the other Arab countries is aimed at supporting social intergrity and inter-cultural dialogue.

معانى الكلمات:

combating	محاربة
terrorism	إرهاب
vital	حيوى
ceremony	احتفال
extremist	متطرفة

Cairo to host Arab Fund meetings

The Arab Fund for Development in Africa (AFDA) is to hold its annual meeting in Cairo on Wednesday under the chairmanship of the board chairman Ahmed al-Abdallah al-Okeil.

The three-day meeting is to review a report by AFDA Director-General Medhat Sami on the fund's activities, the achievements during the period March-June this year.

The meeting will also focus on the Fund's financial reports for the first quarter of 2004.

معانى الكلمات:

Arab Fund for Development in Africa
الصندوق العربى للتنمية فى أفريقيا

annual سنوى

French FM here for talks

French Foreign Minister Michel Parne will be in Cairo later this month for talks with his Egyptian counterpart Ahmed Maher on the latest developments in the Middle East, particularly in Iraq and Palestine.

France believes that this visit is great significance in the present circumstances, a French diplomatic source told the Middle East News Agency (MENA). The talks will review means to maintain coordination between the two countries in issues relating to Iraq and the occupied Palestine territories.

معانى الكلمات:

ظروف	circumstances
تحقيق	maintain
التنسيق	coordination

COPENHAGEN

Israel protests over mock barriers

Israel's ambassador to Denmark has protested against a Danish Aid agency erecting a replica of the controversial barrier Israel is building in the West Bank, reports said yesterday.

The eight-metre high barrier was erected at the site of the Roskilde Festival opening.

Organizers of the festival commit some of the profits to humanitarian projects, and selected the Palestine conflict for the second year in a row.

معانى الكلمات:

Danish	دانماركى
Protests	احتجاجات
commit	يلتزم

MADRID

‘More attacks in Madrid were planned’

Documents seized by Spanish police show that the organization responsible for the March 11 attacks in Madrid was planning further attacks in the Spanish yesterday.

A British school, an hotel and a Jewish recreational centre were among the targets, the BBC said.

معانى الكلمات:

عاصمة	Capital

WASHINGTON

White House dismisses polls on Iraq terror fears

The White House has dismissed opinion polls showing that many Americans feel the war in Iraq has increased the danger of terrorism instead of reducing it.

Several surveys this month have shown growing public concern about the US-led occupation of Iraq and its potential for fuelling Muslim anger against the US. Asked about polling data, White House spokesman Scott McClellan told reporters that Americans understood administration policy was "making the world a safer and better place".

معانى الكلمات:

Poll	استطلاع
fuelling	إشعال
administration	إدارة

ANKABA

'Greater Israel Initiative'

The leader of the Turkish Happiness Party yesterday warned the Turkish Government that the US Greater Middle East Initiative was realy a Greater Israel Initiative.

In comments to the Turkish press, he regretted that the Government couldn't understand this simple fact.

"Spreading democracy, freedom and human rights in the Middle East was not the real objective of this American-British-Israel initiative", he added.

معانى الكلمات:

initiative	مبادرة
regret	لوم
spreading	نشر

ANKARA

‘CIA search affront to Turkish pride’

The Turkish opposition Republican People’s Party yesterday protested against the Turkish Government for having allowed the CIA to search government officials during US President George W. Bush’s visit to Galatasaray University.

The Turkish Communist Labour Party also called for the immediate resignation of the government over this affront to Turkish national pride.

معانى الكلمات:

CIA	المخابرات الأمريكية
opposition	المعارضة
communist	الشيوعى

Mubarak back home soon

President Hosni Mubarak, who had a slipped disc operation in Germany on June 26, will return to Cairo in the middle of next week, Egypt's health minister said yesterday.

Mohamed Awad Tag Eddin told reporters in Cairo that President Mubarak was moving around his Munich hospital and is in excellent health.

"The President is doing well", the German doctor treating the President said.

"He has started taking walks in the clinic's park and will probably only remain at the hospital for another few days", he said in a statement.

The Al-Azhar University Council yesterday sent a cable to the President on the success of the last week's slipped disc surgery in Munich, Germany.

معانى الكلمات:

operation	عملية
remain	يظل / يبقى
surgery	عملية جراحية

BERILIN

Koehler sworn in as German president

Former IMF head Horst Koehler was sworn in as Germany's ninth post-war president yesterday, urging Germans to accept painful economic reforms or see their proud "Made in Germany" symbol crumble.

In his first presidential speech, Koehler, 61, said Europ's largest economy was being overtaken by its competitors and needed to overhaul its welfare system and job market.

He cited the German-designed Euro 2004 soccer ball -- with a special seamless surface -- as an example of innovation that the country needed to nurture.

معانى الكلمات:

أقسم	sworn
إصلاحات	reforms

SYDNEY

Mice may help protect humans in bio attacks

Australian scientists have identified the immune response that determines why some mice are infected with mousepox and others are not, a discovery that could lead to better protection for humans in a bio-terror attack.

Mice that are resistant to mousepox, a close relative of the smallpox virus, produce three regulatory proteins called cytokines that are absent in mice that become infected.

The findings raise the possibility of identifying humans vulnerable to smallpox and targeting vaccination and treatment in the event of an outbreak, said Australian National University immunologist Gunasegaran Karuppiah, who headed the discovery team.

معانى الكلمات:

mice	الفئران
infected	أصيبوا
vaccination	التطعيم

ثالثاً: بعض المصطلحات الدولية

The United Nations and Its Organs

Commission on Human Rights	لجنة حقوق الإنسان
Commission on the status of women	لجنة حقوق المرأة
Darmanent Commission	لجنة نزع السلاح
Economic and Social Council	المجلس الاقتصادى الاجتماعى
Food and Agricultural Organization of the United Nations (F.A.O.)	هيئة الأغذية والزراعة التابعة للأمم المتحدة (فاو)
General Assembly	الجمعية العامة
International Atomic Energy Agency (I.A.E.A.)	الوكالة الدولية للطاقة الذرية
International Bank for Reconstruction and Development (I.B. R. D.)	البنك الدولى للإنشاء والتعمير
International Civil Aviation Organization	الهيئة الدولية للطيران المدنى
International Court of Justice (ICJ)	محكمة العدل الدولية
International Labour Organization (ILO)	هيئة العمل الدولية
International Law Commission	لجنة القانون الدولى
International Monetary Fund (I.M.F.)	صندوق النقد الدولى
International Telecommunication Union (I.T.U)	الاتحاد الدولى للمواصلات السلكية واللاسلكية
Military staff committee	اللجنة العسكرية
Peace Observation Commission	لجنة مراقبة السلام
Population Commission	لجنة السكان
Regional Economic Commission	اللجان الاقتصادية الإقليمية
Secretariat	الأمانة العامة – السكرتارية
Technical Assistance Board	مجلس المعونة الفنية

مجلس الوصاية Trusteeship council

قوة الطوارئ الدولية United Nations Emergency Force (UNEF)

اتحاد البريد العالمى Universal Postal Union

برنامج الغذاء العالمى World Food Programme (WFP)

OPEC: (Orgnaization of Petroleum Exporting Countries)

منظمة الأوبك: منظمة البلدان المصدرة للبترول

F.B.I. Federal Bureau of Investigation

مكتب التحقيقات الفيدرالية

GATT General Agreement on Tarriffs and Trade

الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفات الجمركية

مجلس التعاون الخليجى GCC Gulf Co-operation Council

منظمة الوحدة الأفريقية A.U.O. African Unity Organization

منظمة المؤتمر الإسلامى I.C.O. Islamic Conference Organization

الاتحاد الأوربى للتجاه الحرة E.F.T.A. European Free Trade Association

منظمة التحرير الفلسطينية P.L.O. Palestine Liberation Organization

اللجنة الأولمبية الدولية I.O.C. International Olympic Committee

منظمة حلف شمال الأطلنطى N.A.T.O. North Atlantic Treaty Organization

السكرتير العام للأمم المتحدة U.N.S.G. United Nations Secretary General

البنك الدولى W.B. World Bank

الجامعة العربية A.L. Arab League

أمين عام جامعة الدول العربية A.L.S.G. Arab League Secretary General

U.N.E.S.C.O. United National Educational Scientific and Cultural Organization

منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة

U.N.H.C.R. United Nations High Commissioner for Refugees

المفوضية العليا للأمم المتحدة لشئون اللاجئين

U.N.I.C.E.F. United Nations International Children's Fund.

اليونيسيف

U.N.H.Q. United Nations Headquarters مقر الأمم المتحدة

U.N.D.P. United Nations Development Programme

برنامج الأمم المتحدة للتنمية

U.N.E.P. United Nations Environment Programme

برنامج البيئة التابع للأمم المتحدة

U.N.C.T.A.D: United Nations Conference on Trade and Development

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

UNIDO: United Nations Industrial Development Organization

منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية

W.H.O: World Health Organization منظمة الصحة العالمية

U.N Chambers غرف الأمم المتحدة

U.N Court of Arbitration مجلس التحكيم بالأمم المتحدة

U.N Court of Justice محكمة العدل بالأمم المتحدة

U.N General Assembly الجمعية العامة للأمم المتحدة

U.N Security Council مجلس الأمن التابع لهيئة الأمم المتحدة

U.N.R.W.A. United Nations Relief and Works Agency

(وكالة الإغاثة وتشغيل اللاجئين التابعة للأمم المتحدة)

I.L.O. International Labour Organization منظمة العمل الدولية

I.A.E.A. International Atomic Energy Agency الوكالة الدولية للطاقة الذرية

I.M.F. International Monetary Fund صندوق النقد الدولى

I.C.J. International Court of Justice محكمة العدل الدولية

I.C.P.D. International Conference of Population and Development

المؤتمر الدولى للسكان والتنمية

F.A.O. Food and Agriculture Organization منظمة الأغذية والزراعة

U.N Inspectors المفتشون التابعون للأمم المتحدة

مصطلحات الاتفاقيات الدولية

Treaty	معاهدة
Convention	اتفاقية
Agreement	اتفاق
Protocol	بروتوكول
Charter	ميثاق
Memorandum of understanding	مذكرة التفاهم
Accord	اتفاق على إيضاح قانونى
Most favoured Nation Clause	الدولة الأكثر رعاية
Reciprocite	المعامل بالمثل
Lettre of documentation	وثيقة تعهد
Level of representation	مستوى التمثيل الدبلوماسى
Resentment	التحفظ

المراجع

(١) مجدى وهبه: معجم مصطلحات الأدب: إنكليزى - فرنسى - عربى. بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٨٣,

(٢) أحمد حمدى محمود: الثقافة والحضارة. القاهرة، دار المعارف، ,١٩٧٦ (كتابك).

(٣) محمد عنانى: مختارات للترجمة. القاهرة، دار غريب، ,١٩٨٦

(٤) محمد عنانى: فن الترجمة، الطبعة الخامسة، الشركة المصرية العالمية للنشر - لونجمان. ,٢٠٠٠ (أدبيات).

رقـــم الإيـــداع :	٤٧٢١ / ٢٠٠٥
I . S . B . N : 977 - 403 - 000 - 1	